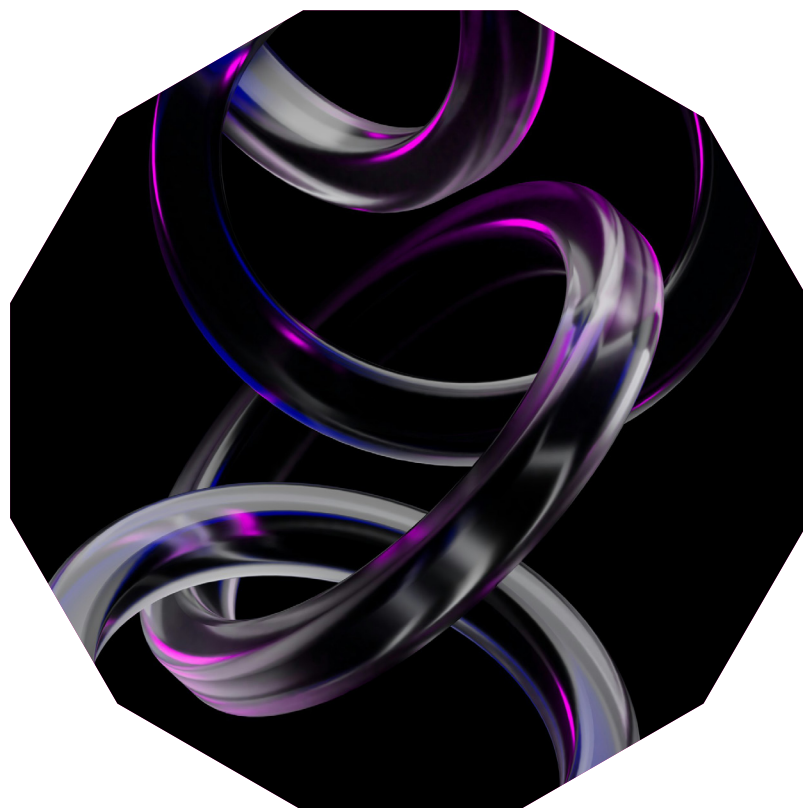


INTERMEDIARI E CLIENTI, COME COSTRUIRE UNA RELAZIONE DI VALORE

IL COMPARTO DEI RISCHI È ALLA RICERCA DI UN RAPPORTO TRASPARENTE ED EFFICACE CON I CONSUMATORI: UNA SFIDA COMPLESSA A FRONTE DELL'ELEVATO AUMENTO DEI PREZZI DELLE POLIZZE. DI QUESTO E MOLTO ALTRO SI È DISCUSO AL TRADIZIONALE EVENTO DI INSURANCE CONNECT DEDICATO ALLA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA





Oltre 200 persone hanno partecipato al convegno di **Insurance Connect** sulla distribuzione assicurativa, tenutosi a Milano, curato e interamente condotto da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review*. Un evento, come da tradizione, caratterizzato dal confronto schietto tra tutte le anime del settore assicurativo, ma soprattutto tra compagnie e agenti.

Al centro del convegno di quest'anno è stato messo il valore, in tutte le sue declinazioni, ma in primis nell'accezione che caratterizza la relazione con i clienti. In un momento così complesso, dove molte compagnie stanno operando profonde pulizie di portafoglio e importanti revisioni di polizze, soprattutto nei danni non auto, è essenziale per tutto il settore poter salvaguardare la catena relazionale che va dalla compagnia e termina al cliente che sottoscrive o rinnova la polizza. Come hanno sottolineato molti relatori, ne va della credibilità dell'intero settore e della possibilità di ampliare la domanda già molto esigua.

L'evento si è aperto con la presentazione dell'osservatorio sulla distribuzione assicurativa curato da **Scs Consulting** insieme a Insurance Connect. Giunto alla sua decima edizione, il rapporto mostra un mercato che si sta sempre più focalizzando sulla relazione fra intermediario e cliente. Le compagnie stanno fornendo strumenti tecnologici e supporto per esaltare il contributo degli intermediari e il loro valore.

Ma cosa succede davvero nei tavoli di lavoro tra compagnie e reti? Durante il convegno si è visto chiaramente quanto sia importante questo cantiere di dialogo tra imprese e intermediari, soprattutto di fronte a profondi cambiamenti tra acquisizioni e fusioni di reti. Gli agenti chiedono soprattutto investimenti per la formazione, non solo per vendere il prodotto: c'è l'esigenza di comprendere, evolvere proprio nella relazione con i clienti.

Fil rouge della giornata è stato il tema delle catastrofi naturali, un'occasione per costruire il mercato, delinearne gli aspetti normativi e ampliare le capacità degli intermediari di trasmettere un valore distintivo rispetto agli altri canali distributivi. Un valore che, di fronte a un aumento dei prezzi così importante, va reinterpretato.

Il video di tutti gli interventi e le tavole rotonde del convegno sono disponibili su Insurance Connect TV, la web-tv di Insurance Connect.