

# SERVIZIO E ASSISTENZA, UN'OCCASIONE PER L'INTERMEDIARIO

di MICHELE STARACE

AXA PARTNERS ITALIA OFFRE AI PROPRI CLIENTI UN'AMPIA GAMMA DI SOLUZIONI IN DIVERSI AMBITI, COME MOBILITÀ, VIAGGI E TUTELA LEGALE. SECONDO I MANAGER GUIDO DELL'OMO E FEDERICO BERNABEI, IL PUNTO DI FORZA DEI PRODOTTI È LA COMPONENTE DI SERVIZIO, MENTRE PER GLI AGENTI C'È UN ELEMENTO DI REDDITIVITÀ NELLA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

Il cliente attribuisce maggior valore all'offerta assicurativa quando è costituita anche da una componente di servizio e assistenza. Dalla mobilità alla tutela legale e ai viaggi, il mercato è in crescita e rappresenta per l'intermediario un canale remunerativo e un'occasione di fidelizzazione del cliente. **Axa Partners Italia** si occupa proprio di questo, come hanno raccontato **Federico Bernabei**, sales manager intermediari assicurativi, e **Guido Dell'Omo**, business leader retail della compagnia. La compagnia offre ai propri partner un'ampia gamma di servizi attraverso la creazione di soluzioni a valore aggiunto per diversi settori, come mobilità, salute e prevenzione dei rischi, ma anche protezione del credito e tutela legale (un'area, quest'ultima, in cui la compagnia ha molto investito negli ultimi anni).

## PRODOTTI CHE SODDISFANO CLIENTI E AGENTI

“Siamo nati come compagnia di assicurazione di viaggio che fa assistenza – ha spiegato Dell'Omo – ma negli anni ci siamo aperti a tutto quello che è il mondo del servizio e i rami di nicchia”. Cominciare a lavorare con gli intermediari, a detta del manager, non ha dato un riscontro immediato perché in questi rami le polizze hanno spesso un premio molto basso. Il che vuol dire, nell'immaginario collettivo, basse commissioni per l'intermediario. “Ma nel tempo Axa Partners è riuscita a creare un sistema che remunerasse i professionisti, con commissioni fino al 40%, e desse soddisfazione al cliente finale, attraverso una componente di servizio per lui fondamentale”, ha aggiunto.



Da sinistra: **Guido Dell'Omo**, business leader retail di Axa Partners Italia e **Federico Bernabei**, sales manager intermediari assicurativi di Axa Partners Italia

L'ecosistema della compagnia si fonda sul suo portale di emissione diretta per gli intermediari assicurativi, realizzato circa sei anni fa, che funge da contenitore di prodotti stand alone che possono anche essere associati a delle coperture generaliste. Il loro punto di forza sta nel fatto che non impegnano l'intermediario per andare a cercare il cliente, ma “possono essere proposte quando si è già di fronte a quest'ultimo, ad esempio perché si trova in agenzia per rinnovare una polizza”, ha continuato Bernabei. “È allora che può essere indirizzato a una di queste soluzioni”. Il plus di questi prodotti è il servizio al cliente, ha concluso il manager, ma per quanto riguarda l'agente c'è un elemento di redditività sulla singola copertura, “perché quando un cliente si trova coperto per un danno da migliaia di euro a fronte di una polizza da 100 euro, probabilmente sarà fidelizzato per sempre”.