

# AMBITION 2016: AXA INSIEME ALLA RETE

di MARIA ROSA ALAGGIO

NASCE DALL'INCONTRO CON GLI AGENTI IL NUOVO PROGRAMMA SU CUI LA COMPAGNIA ATTUERÀ STRATEGIE, AZIONI E INIZIATIVE VOLTE ALL'INNOVAZIONE. DURANTE IL CONGRESSO TENUTOSI A SIENA LO SCORSO MAGGIO, CHE HA VISTO LA NOMINA DEL NUOVO PRESIDENTE DEL GAAI, SONO STATI STILATI I PUNTI DI INTERVENTO PROGRAMMATICI PER I PROSSIMI ANNI

È **Gaspare Menduni**, agente **Axa Assicurazioni** a Foggia e già esponente della Commissione Offerta del **Gaai**, il nuovo presidente del gruppo agenti Axa Italia. Questa la prima novità emersa dal Congresso tenutosi dal 17 al 19 maggio a Siena, nel corso del quale si sono succeduti numerosi momenti di confronto tra rappresentanti della rete agenziale ed esponenti della compagnia. L'obiettivo era chiaro fin dall'apertura dei lavori: individuare i punti salienti su cui stilare un piano programmatico di azioni da realizzare, in collaborazione con la compagnia, nei prossimi anni.



Momento di confronto tra **Andrea Rossi**, ad di Axa Assicurazioni e **Alessandro Lazzaro**, presidente uscente del Gaai

Il programma, denominato *Ambition 2016*, è oggi concepito grazie all'esito del confronto con i due gruppi aziendali (in contemporanea, a Firenze, si è tenuto anche il congresso del **Gaa**, guidato da **Sergio Rovera**), su cui Axa Assicurazioni intende impegnarsi per proseguire nel suo percorso di sviluppo sul mercato italiano.

Tre le direttrici di intervento: comprensione delle esigenze del cliente e formulazione di nuovi prodotti assicurativi, evoluzione dei processi di agenzia e gestione delle reti secondarie. Su questi fronti verranno costruite iniziative ad hoc con una priorità strategica evidenziata dall'ad **Andrea Rossi** nel corso del confronto con il presidente uscente **Alessandro Lazzaro**: la costruzione della compagnia digitale e *multiaccess*, in cui le agenzie continueranno a mantenere la centralità distributiva.

## VERSO IL MULTIACCESS

Per chi ha assistito, di anno in anno, ai congressi del gruppo agenti Axa Italia, un dato è risultato subito

evidente all'incontro di Siena: un clima di reciproco rispetto basato sulla volontà di dialogo, pur nella diversità delle parti, e sulla certezza di riuscire a trovare una soluzione condivisa tra compagnia e agenti. Un punto di partenza indispensabile che viene rafforzato, come ha evidenziato Andrea Rossi, "dalla solidità della compagnia, che ha recentemente presentato i risultati in crescita e prospettive di sviluppo lontane dalle incertezze a cui sono invece sottoposte altre compagnie attive oggi sul mercato italiano". Gli agenti Axa non sono cioè oggi soggetti a precarietà economiche o a programmi di integrazione con altre reti di agenzie, ma possono rapportarsi con la direzione certi che la priorità per il futuro sarà la centralità della loro attività.



**Gaspare Menduni**  
neopresidente del gruppo agenti Axa Italia

## LO SVILUPPO DEL PRODOTTO ASSICURATIVO

La richiesta del gruppo agenti Axa Italia nell'ambito dello sviluppo dell'offerta è chiara: serve rinnovare *Autometrica*, il prodotto con cui Axa Assicurazioni si è distinta in passato e che nel tempo non ha trovato il giusto livello di aggiornamento per poter competere con altri prodotti auto lanciati dalla concorrenza. Sarebbe, cioè, indispensabile proporre oggi nuove modalità di analisi dei comportamenti alla guida e nuovi strumenti di segmentazione della clientela su cui articolare una struttura tariffaria mirata e personalizzata. Anche per il segmento aziende, secondo gli agenti, è necessario affiancare all'offerta assicurativa, indirizzata a target verticali per volontà della compagnia, un programma di formazione adeguato a sviluppare le necessarie competenze all'interno delle agenzie. Capitolo a parte va riservato all'area salute/previdenza. Axa Assicurazioni punta infatti con decisione a stimolare la domanda tramite la diffusione di una maggiore cultura assicurativa e attraverso prodotti basati sulla capacità di fornire assistenza in un sistema di welfare, oggi, ormai insufficiente a soddisfare le esigenze degli italiani. Ecco perché la compagnia incontrerà presto la commissione offerta del Gaai per pianificare azioni congiunte a supporto dello sviluppo del prodotto *Protezione Salute*. Ma affinché le iniziative future risultino di successo è necessario che gli agenti comprendano la necessità di diversificare il portafoglio, sganciandosi dall'Rc auto per rendere più completa l'offerta per il cliente, enfatizzando la loro funzione di consulenti a 360 gradi.

## SPORTELLI BANCARI: SINERGIE O CANNIBALIZZAZIONE?

Spina nel fianco degli agenti Axa Italia, nonostante le rassicurazioni di Rossi, rimane la **bancassicurazione**, e in particolare il rapporto con gli sportelli di **Mps**. “La *joint venture*, annunciata come svolta storica nel panorama bancassicurativo, deve tener conto, – ha fatto notare Lazzaro – del destino della banca e della vicenda a cui è sottoposta. Il concetto di sinergia tra agenzie e sportelli non è basato su un rapporto distributivo equo e cannibalizza le agenzie, sottraendo clientela e relativo business a un canale, quello degli agenti, a cui si deve il merito dei conti positivi di Axa Assicurazioni”. Per questo la promessa, chiaramente espressa da Rossi, di agire per creare la condizione giusta, capace di far operare le agenzie “con armi pari” rispetto agli sportelli bancari, continuerà a essere percepita dalla rete con una certa diffidenza. Chiamato a dissipare i dubbi degli agenti sarà in futuro **Domenico Martiello**, head of distribution channel di Axa, che dal mese di giugno si occuperà di valorizzare le attività di bancassicurazione con l'obiettivo di far emergere tutto il valore, soprattutto in relazione alla clientela *corporate*, tra canale agenti e sportelli bancari.


Per riuscire a effettuare un salto di qualità, ha evidenziato Rossi, è però indispensabile che gli agenti non si facciano dominare dalla paura e che comprendano che le strategie di Axa Assicurazioni “sono volte a sostenere il canale agenziale con investimenti importanti, tesi a concretizzare il concetto di compagnia digitale e multiaccess, e a sviluppare la rete anche con acquisizioni profittevoli di realtà agenziali”.



Momento del workshop “Evoluzione del mercato e dell'offerta” moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review*

## PRODOTTI, TECNOLOGIA E RIORGANIZZAZIONE DELLE AGENZIE

*Evoluzione del mercato e dell'offerta* è il titolo di uno dei workshop organizzati il 17 maggio nel pomeriggio, in apertura del congresso, con l'obiettivo di approfondire i vari versanti su cui puntare per intervenire efficacemente sul mercato, migliorare la relazione con la clientela, l'operatività della rete e i risultati (*vedi box*). L'innovazione non può però ignorare la necessità di dotare gli agenti di strumenti che supportino l'operatività quotidiana, la relazione con la clientela e le attività amministrative. Anche su questo fronte Axa Assicurazioni si è impegnata, e ancor più lo farà nei prossimi anni, per agevolare le agenzie ascoltandone le esigenze e concordando piani di azione in collaborazione con la funzione It della compagnia. Se da un lato molti risultati sono stati raggiunti, dall'altro serve sgombrare

il campo da dubbi: gli agenti dovranno comprendere che serve riorganizzare anche il personale di agenzia. In futuro le agenzie verranno sgravate da molte attività amministrative, il che richiederà di riconvertire efficacemente le risorse umane valorizzando la componente di vendita e la capacità di incontrare la clientela sul territorio. Ambition 2016 comprende tutto questo e molto altro: insieme agli agenti Axa potrà costruire la compagnia digitale e *l'agenzia 3.0*. Come recitava il claim alla base di questa edizione del congresso Gaai, gli agenti – primo tra tutti il nuovo presidente Gaspare Menduni – potranno così affermare di essere veramente *connessi al futuro*. 



CARTAMATTA

Tutti hanno un motivo per scegliere le soluzioni assicurative CNP Italia. Per la nostra solidità in un mercato in cambiamento. Per la nostra capacità di anticipare gli scenari sociali ed economici. Per la nostra storica competenza nella protezione della persona.

**Ognuno dei nostri 24 milioni di clienti nel mondo ha un motivo per sorridere.**

→ **Quale sarà il tuo? Scopriilo con noi.**

CNP ASSURANCES SA - Rappresentanza Generale per l'Italia

Via Albricci, 7 - 20122 Milano - Telefono: 02.72.60.11.1 - Fax: 02.72.60.11.50 - marketing@cnpitalia.it - www.cnpitalia.it



L'assicurazione dalla tua parte