

# UN FRONT END CROSS-CHANNEL

di LAURA SERVIDIO

UNA SOLUZIONE FIRMATA DEDAGROUP ICT NETWORK PER LA RETE BANCARIA CHE AIUTA L'INTERMEDIARIO A INDIVIDUARE L'OFFERTA PIÙ ADATTA AL PROFILO DEL CLIENTE E A SELEZIONARE DAL PORTAFOGLIO PRODOTTI LE COMBINAZIONI PIÙ OPPORTUNE. IN TOTALE INTEGRAZIONE CON I SISTEMI DELLA BANCA

Utilizzando l'esperienza maturata in anni di collaborazione con le principali banche e assicurazioni italiane, **Dedagroup ICT Network** ha di recente sviluppato *Isa (Insurance Sales Accelerator)*, il nuovo *front end cross-channel* per il collocamento di prodotti assicurativi.

Gli accordi di bancassicurazione, trainati dal risultato del ramo vita (nel 2014, la raccolta premi è cresciuta sino a raggiungere i 106 miliardi di euro) sembrano godere di un contesto euforico, in apparente controtendenza con la perdurante crisi economica. "In realtà – sottolinea **Enrico Fermi**, business developer executive area insurance DDway Dedagroup ICT Network – gli operatori del settore sanno perfettamente che il fenomeno è prevalentemente congiunturale, spinto dai bassi tassi di interesse e dalle residuali buone *performance* finanziarie

dei fondi a gestione separata. Stentano a manifestarsi le attese trasformazioni del mercato, con uno spostamento verso prodotti con minore focus sugli aspetti meramente finanziari e maggiore attenzione a quelli più di pertinenza del *core business* assicurativo. Qualcosa evidentemente ancora manca per vedere concretizzarsi gli attesi scenari di crescita della bancassicurazione danni, dello spostamento dal finanziario alla *protection* e della costituzione di prodotti multi ramo e multi comparto flessibili e adattabili. Il rischio è che, al termine della bolla in atto, banche e compagnie si trovino impreparate rispetto alle nuove richieste del mercato".

L'ostacolo è, come spesso sostenuto, di carattere culturale e di formazione: "vendere coperture a una Pmi o indirizzare i bisogni di protezione di una famiglia – continua Fermi – richiede un approccio consulenziale e compe-

tenze specifiche che non è immediato trasmettere alle proprie reti. L'espansione sul mercato auto delle banche richiede un approccio differenziante dai canali oggi a disposizione, incluse le compagnie dirette, con maggiore flessibilità tariffaria.

Servono anche sistemi informativi di supporto all'interazione con il cliente e alla vendita, che meglio assistano questi scenari”.

Da questa consapevolezza nasce la soluzione Isa (Insurance Sales Accelerator), messa a punto nel 2014. “In sintesi – spiega Fermi – offriamo alle banche una risposta efficace all'esigenza di evoluzione dell'offerta di servizi di bancassicurazione, consentendo anche il mantenimento o il miglioramento dell'autonomia commerciale rispetto alle società prodotte di cui sono distributrici”.

#### ISA IN AIUTO DEGLI INTERMEDIARI

- Integra componenti di offerta esistenti in nuove soluzioni commerciali (senza vincolo di separazione vita/danni) o ne consente la definizione di nuove, in accordo con le compagnie mandanti (le interfacce si generano automaticamente dalla definizione di prodotto);
- Utilizza un potente configuratore di regole e di prodotti e può servirsi dei motori di tariffazione messi a disposizione dalle compagnie o configurare i calcoli autonomamente;
- Guida l'intermediario nell'individuazione dell'offerta che meglio risponde al profilo del cliente, sulla base di questionari configurabili o facendo riferimento a informazioni esistenti nei Crm della banca;
- Aiuta l'intermediario nella selezione dal portafoglio prodotti delle combinazioni e degli scenari più opportuni;
- Si integra sia con i servizi bancari sia con i sistemi di back end delle compagnie, attraverso *adapter* in gran parte predefiniti.



**Enrico Fermi**, business developer executive area insurance di DDway Dedagroup ICT Network

#### TECNOLOGIA E VICINANZA AL CLIENTE

La soluzione messa a punto dall'azienda mira, dunque, a sostenere le reti bancarie nello sviluppo dei prodotti di bancassicurazione, in linea con le esigenze di una clientela che, sempre più informata e digitalizzata, chiede di poter accedere ai servizi in tutte le modalità che la tecnologia mette a disposizione, senza, però, rinunciare al contatto con persone di fiducia. I clienti, al posto di offerte generiche e standardizzate, chiedono poi soluzioni su misura, modulari e flessibili, proattive o rapidamente reattive rispetto ai propri bisogni, specifici o più generali. “Le banche – conclude Fermi – sono in posizione ideale per cogliere i frutti di queste trasformazioni: con meno vincoli delle compagnie tradizionali rispetto ai modelli distributivi e maggiore predisposizione all'innovazione, hanno a disposizione più informazioni sulla propria clientela e front end commerciali spesso abituati al collocamento di una vasta gamma di prodotti, finanziari e non”.

Il complesso di servizi e competenze che Dedagroup ICT Network porta a supporto di questa soluzione è estremamente ampio e va, fra gli altri, dalla possibilità di mettere a disposizione la soluzione in *SaaS*, attraverso i *data-center* e i servizi della divisione *Cast*, alle soluzioni in area *BI/Analytics*, per la messa a frutto delle informazioni sulla clientela, alla complessiva offerta di competenze, soluzioni e servizi di *Dedagroup Digital*.