

LA FIDUCIA PRIMA DI TUTTO

UN RAPPORTO MOLTO STRETTO CON L'ISTITUTO DI CREDITO, CHE VA AL DI LÀ DELLA COLLOCAZIONE DEI PRODOTTI. QUESTO L'APPROCCIO ALLA BANCASSICURAZIONE DI ASSIMOCO, CHE MIRA A FORNIRE UN'ASSISTENZA COMPLETA AI PARTNER DEL MONDO COOPERATIVO. COME CI SPIEGA IL DIRETTORE GENERALE, RUGGERO FRECCHIAMI

Dalla formazione alla consulenza organizzativa, dal supporto commerciale e marketing alla *compliance*. Questi gli elementi chiave della strategia di *bancassurance* del gruppo **Assimoco**, che affonda le proprie radici nel patrimonio di storia e valori del mondo del credito cooperativo italiano. “Una realtà – spiega **Ruggero Frecciami**, direttore generale del gruppo Assimoco – molto diversificata per dimensione, si va da chi ha qualche sportello, a chi ne ha cinquanta, struttura, radicamento sul territorio, organizzazione e politiche di marketing, che richiede un rapporto di grande fiducia con le banche, nostre partner, che rappresenta il nostro tratto distintivo”.

Una relazione basata sul confronto continuo, quella instaurata da Assimoco con i partner di bancassicurazione, che va oltre la semplice messa a disposizione dei prodotti da collocare. “Il nostro obiettivo – conferma Frecciami – è quello di garantire un’assistenza completa, che parta dal *check up assicurativo*, finalizzato a diagnosticare organizzazione e processi della banca, con l’obiettivo di confezionare una soluzione ad hoc che consenta al partner di seguire un percorso di crescita verso la bancassicurazione pura”.

Il tutto deve basarsi su un legame di fiducia che si costruisce nel tempo, grazie a un confronto continuo. “Il vero differenziale – sottolinea Frecciami – sta nel farci carico di tutti i servizi di cui l’istituto di credito ha bisogno nello sviluppo della bancassurance: dalla formazione alla consulenza organizzativa, dal supporto commerciale, con soluzioni e iniziative marketing confezionate ad hoc, alla compliance, laddove, non rientrando le assicurazioni nel *core business* delle banche, risulta difficile uniformarsi a una normativa estranea. Tutto ciò ci sta consentendo di conquistare buone quote di mercato”.

Una cosa molto apprezzata dai partner è il supporto di natura tecnologica nell’evoluzione verso il *digital*, con sistemi di supporto nella preventivazione e nell’emissione delle polizze, per agevolare il lavoro del *front line*. “Il *commitment* del direttore generale non basta – sottolinea Frecciami – serve facilitare la capacità operativa del personale di front line. Sul digital, stiamo lavorando duramente: siamo in fase di completamento con



Ruggero Frecciami, direttore generale del gruppo Assimoco

il *tracking* sinistri, che consentirà al cliente di seguire da casa l’iter del proprio sinistro; stiamo partendo con la firma digitale per diffondere le applicazioni a tutti i partner e stiamo seguendo le fasi che ci consentiranno di concludere il processo di dematerializzazione. Sul fronte interno, infine, abbiamo lanciato un social network dedicato ai dipendenti per facilitare la propositività, lo scambio di idee e i processi di innovazione”.

TECNOLOGIA A SERVIZIO DELLA FAMIGLIA

Ma l’innovazione passa attraverso l’offerta. “Sono tre gli assi – precisa Frecciami – che seguiamo nell’innovazione di prodotto: la tecnologia (auto, black box e device tecnologici) che ci consente di dare utilità al cliente; il servizio, attraverso iniziative con **Confcooperative** per fornire assistenza e supporto in campo sanitario, entro l’anno ci saranno le prime sperimentazioni; l’evoluzione del concetto di famiglia, intesa in senso più allargato vista l’attuale eterogeneità dei nuclei, per sperimentare e capire target con caratteristiche peculiari. A maggio presenteremo un documento sull’evoluzione della famiglia ed entro l’anno lanceremo un prodotto ad hoc, il primo di una serie che andrà a esplorare le necessità delle famiglie. L’obiettivo – conclude – è quello di aiutare il trasferimento intragenerazionale per dare ai giovani fiducia e un futuro migliore”. **L.S.**