

LA SEGMENTAZIONE SI FA SMART

UN MAGGIORE FOCUS NELLA PROFILAZIONE DI CLIENTI E PROSPECT. CON QUESTO OBIETTIVO NASCE CRIF INFORMATION CORE, IL PIÙ VASTO PATRIMONIO INFORMATIVO UTILIZZATO DALL'INDUSTRY

Il settore assicurativo italiano si trova a operare in uno scenario di mercato molto diverso rispetto al passato, caratterizzato da elementi di crescente dinamicità e dal mutato comportamento del cliente che, sebbene sia maggiormente incline a valutare proposte di più compagnie, aumenta la propria predisposizione a fornire informazioni su di sé, con un approccio multicanale.

In questo contesto, per le compagnie di assicurazione è fondamentale, rispetto al passato, riuscire a strutturare i propri prodotti e le proprie attività in modo da essere sempre più efficaci nei confronti dei propri assicurati.

Da qui nasce l'esigenza di un maggior focus nelle fasi di profilazione e segmentazione di clienti e *prospect*, ambito in cui intervengono i nuovi strumenti messi a disposizione da *Crif Information Core*, il patrimonio informativo del gruppo **Crif**.

Costituito da oltre 40 differenti fonti, il 70% delle quali di natura proprietaria, è il più vasto patrimonio informativo utilizzato dall'industry, unico in Italia per le seguenti caratteristiche:

- varietà di informazioni gestite, di natura creditizia e pubblica;
- disponibilità di informazioni su tutte le persone fisiche e giuridiche che hanno accesso al credito (assicurativo e non) in Italia;
- presenza di informazioni elementari (*rough data*) e indicatori aggregati di natura statico-predittiva.

Grazie alle informazioni disponibili sul mercato, e a quelle presenti nel *Crif Information Core*, la compagnia assicurativa ha, quindi, la possibilità di effettuare segmentazioni più puntuali sul proprio portafoglio, potendo così gestire più efficacemente la relazione con l'assicurato e proporre prodotti che abbiano una componente di servizio realmente distintiva e a valore aggiunto.

INFORMAZIONI UTILI DAL CREDITO AL CONSUMO

Ad esempio, per individuare gli *active shopper*, ovvero coloro che fanno molte ricerche della tariffa assicurativa migliore, è possibile considerare, oltre alle informazioni interne alla compagnia, anche quelle provenienti dal mercato del credito al consumo: questi soggetti infatti si caratterizzano anche per la continua ricerca di offerte creditizie migliori, posseggono molteplici prodotti di credito e hanno rapporti con differenti istituti finanziari.

Il *link* con il comportamento creditizio consente di rintracciare anche all'interno dell'arena assicurativa alcune dinamiche tipiche del credito al consumo. In tal modo, per le compagnie si apre in maniera concreta la possibilità di utilizzare i dati contenuti nel *Crif Information Core* fornendo una risposta puntuale e massimamente efficace alle esigenze nate dalla nuova dinamicità della clientela. **1**

