

AVVICINARE L'ASSICURAZIONE ALLE PERSONE

L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA DA SOLA NON BASTA: BISOGNA INTRAPRENDERE INIZIATIVE IN GRADO DI AMPLIARE IL PERIMETRO DI AZIONE DI COMPAGNIE E INTERMEDIARI. AVIVA HA COMINCIATO UN PERCORSO DI DIFFUSIONE DELLA CULTURA ASSICURATIVA BASATO SU ACCORDI MIRATI E SU PROGETTI DIGITALI DEDICATI ALLA RETE AGENZIALE

La trasformazione della realtà innescata dai servizi digitali sta determinando una rivoluzione strutturale e radicale dell'organizzazione e dei processi all'interno del mondo delle compagnie. Il cambiamento impone nuove capacità e, talvolta, persino competenze create ad hoc per rispondere al rinnovamento costante. In questa direzione, **Louis Roussille**, direttore marketing, communication & digital di **Aviva Italia**, ha svelato le iniziative intraprese dalla sua compagnia, in Italia e nel mondo, non solo sotto il profilo della digitalizzazione, ma anche dello sviluppo di nuovi business e del coinvolgimento di target spesso colpevolmente trascurati: le donne e i giovani. Gli impulsi verso l'innovazione sono anche frutto di partnership che coinvolgono start up e, al contempo, colossi dell'high-tech (**Microsoft**, **Google**, **LinkedIn**), oltre ad associazioni e istituzioni pubbliche o private.

SULLA VIA DELLA DIGITALIZZAZIONE

L'innovazione tecnologica, con l'evoluzione nell'utilizzo dei *big data*, dell'*Internet of things* e dei social network, rappresenta oggi più che mai un driver fondamentale per il cambiamento e l'aggiornamento dell'industry assicurativa. Alle componenti tecnologiche e ai prodotti che possono spingere il comparto si

devono unire, però, iniziative in grado di avvicinare l'assicurazione alle persone. In quest'ottica "a livello di gruppo abbiamo aperto due *hub* digitali, a Londra e a Singapore, per sviluppare il settore", rivela Roussille. Nell'ultimo biennio sono state numerose le iniziative intraprese dalla società anche nel nostro Paese. A partire dal lancio della nuova app, passando per i tre progetti tecnologici e digitali a supporto di agenti e compagnia. Il primo riguarda la *digital lounge*, uno spazio virtuale dove gli agenti possono accedere per recuperare tutte le informazioni: clienti, agenzie, nuovi prodotti, classifiche dei vari *contest*. E una serie di altre procedure che possono essere assolve in modo automatico e completamente autonomo. La seconda novità è il sito web. Qui si inserisce il progetto *Web plan*, "perché quando sono arrivato, parlando con gli agenti, mi sono accorto che non avevano nemmeno un sito internet", ricorda Roussille. Il compito della compagnia è fornire hardware e strumenti per realizzare e disegnare il sito, che viene poi gestito direttamente dall'agente. La terza iniziativa concerne la nuova area clienti, *My Aviva*: dove gli utenti hanno la possibilità di consultare il proprio portafoglio polizze danni e vita, oltre ad avere accesso a informazioni e ad altri potenziali prodotti. Dal 2017 le informazioni raccolte e i dati



Louis Roussille, direttore marketing, communication & digital di Aviva Italia

ACCORDI DI VALORE

Gli obiettivi di sviluppo di Aviva per garantire l'innovazione e il miglioramento continuo si fondano anche sulla creazione di valore attraverso partnership strategiche. In quest'ambito nel 2015 la compagnia ha siglato diversi accordi. In primo luogo è stata avviata, in campo salute e sport, una collaborazione con piccole start up. Attivata poi una partnership con il **Politecnico di Milano** per l'ideazione del progetto *Aviva Digital On*, un'iniziativa dedicata ai nuovi trend digitali, finalizzata a premiare e supportare i progetti più innovativi per il business di domani, a supporto di professionisti, imprenditori e piccole e medie imprese. Per penetrare in maniera ancor più performante il mercato digitale, cogliendone opportunità e potenzialità, sono state intraprese partnership con colossi del calibro di Microsoft, Google e LinkedIn. La compagnia, inoltre, è impegnata sul territorio dando il proprio sostegno a iniziative volte alla valorizzazione della cultura della diversità, alla difesa del futuro dei più giovani e alla tutela della salute. In questo contesto si inserisce l'*Aviva community fund* che offre un aiuto concreto alle organizzazioni *non profit* per sviluppare buone idee per la comunità.

aggregati tramite il sito di *home insurance* saranno infine inviati in forma strutturata alle agenzie, mettendo così a loro disposizione un'ulteriore *database* di clienti da contattare. L'idea di fondo è di aiutare gli agenti a sviluppare la propria visibilità e presenza sui social: "oggi abbiamo già realizzato 120 siti o pagine internet e il mio team è impegnato a lavorare su altre 90 richieste pervenute", ha specificato Roussille. Lo sviluppo all'interno della società procede anche con un progetto intranet, denominato *Digital D*, avviato in partnership con Google e LinkedIn, per una "evangelizzazione digitale della compagnia", ha evidenziato Roussille.

LA VICINANZA AL MONDO FEMMINILE

Il talento delle donne è una grande risorsa ma non basta dirlo. Alle parole devono seguire le azioni. In quest'ottica, Aviva ha promosso il progetto *Viva le donne*: un'iniziativa all'insegna dell'assistenza e a sostegno della prevenzione primaria, volta a offrire una serie di prodotti chiave per la tutela della casa, dell'auto e soprattutto della persona, "con il plus di garanzie a un valore simbolico di un euro", ha rammentato Roussille. Accanto all'assistenza vera e propria, sotto il profilo socio-culturale, si inseriscono iniziative di respiro più ampio. Come, ad esempio, il progetto *Nuvola Rosa*, che ha l'obiettivo di aiutare le ragazze a intraprendere percorsi tecnico-scientifici, volti a garantire un più rapido accesso al mondo del lavoro e un'equa presenza di genere nell'industria, nell'economia, nella politica e nella vita sociale attiva. "La nostra società si contraddistingue anche per l'impegno nella responsabilità d'impresa", ha rimarcato Roussille, ricordando la discesa in campo al fianco della **Lilt** (Lega italiana per la lotta contro i tumori), "per promuovere la sensibilizzazione alla prevenzione e sostenere la lotta contro il tumore al seno". L'attenzione di Aviva all'universo femminile è confermata, inoltre, anche dalla collaborazione con **Valore D**, l'associazione tra grandi imprese sorta in Italia per promuovere il talento e la leadership femminile per la crescita delle aziende e del Paese. **R.A.**