

LA CHIAVE È NEI SERVIZI

di LAURA SERVIDIO

SOPRATTUTTO NELL'ASSISTENZA, L'ASSICURAZIONE SERVE DA VESTITO, E IL VALORE AGGIUNTO È DATO DA CIÒ CHE È UTILE ALL'UTENTE. IN QUEST'OTTICA, AXA ASSISTANCE HA MESSO A PUNTO, ALL'INSEGNA DELLA SEMPLICITÀ, UN SISTEMA DI EMISSIONE PER AIUTARE GLI INTERMEDIARI A CRESCERE IN QUESTO RAMO

Se è vero che l'offerta va costruita attorno al cliente, prima è necessario capire quali sono i servizi utili a soddisfare le sue esigenze.

Un discorso valido soprattutto nell'assistenza, nella tutela legale e nella copertura dei viaggi, dove, come spiega **Stéphane Coulot**, ceo **Axa Assistance Italia**, l'assicurazione serve a finanziare proprio i servizi.

“Quello che vuole il cliente – ribadisce – non sono le polizze, ma i servizi”. E, in questo, il digital *docet*: secondo il ceo, infatti, qui il pericolo non è dato tanto dalla concorrenza, quanto dal fatto che i grandi player tecnologici sono molto più avanti degli assicuratori, e capiscono meglio i bisogni del cliente. Due esempi per tutti: **Amazon**, che negli Usa ha lanciato polizze legate all'abitazione, e **PayPal**, che assicura i prodotti turistico.

IL NUOVO SISTEMA DI EMISSIONE

Partendo dal concetto di servizi, Axa Assistance ha voluto costruire qualcosa di utile per la sua rete di vendita. “Volevamo rendere facile, per gli intermediari assicurativi, la vendita di prodotti stand alone tramite qualcosa che fosse veloce e intuitivo”. La risposta è stata il nuovo sito, *Trade*, un sistema di emissione unico

UN MERCATO IN CRESCITA

Assistenza e tutela legale sono rami di nicchia ad alta marginalità e, dal 2012, in aumento a due cifre. Il primo, del 37%, per un totale di 603 milioni (2% del mercato assicurativo danni), il secondo del 23%, per complessivi 327 milioni (1% del mercato).

L'assicurazione viaggi raccoglie 238 milioni (+4,9%, dal 2012), con una previsione stimata per 271 milioni nel 2018 (+ 14% nei prossimi 2 anni).



Stéphane Coulot, ceo di **Axa Assistance Italia**

che permette di personalizzare il massimale delle polizze e di scegliere le commissioni per singolo prodotto. Semplice e veloce è anche l'inserimento dei dati anagrafici del contraente: si può denunciare il sinistro on line direttamente sul sito, che è accessibile in modalità mobile per consentire all'agente di lavorare ovunque.

TRE RAMI, MOLTI VANTAGGI

Axa Assistance ha formulato la soluzione con l'obiettivo di incentivare l'impegno degli intermediari in rami che, se al momento sono ancora difficili da vendere stand alone, hanno ottime prospettive di crescita: a fronte di un'auto che cala del 25%, assistenza, tutela legale e assicurazioni viaggi crescono, rappresentando il 3% del volume totale.

“I vantaggi per gli agenti – spiega Coulot – sono la buona remunerazione delle polizze e il valore del servizio, che rappresenta un'occasione di contatto e di crescita: un cliente ben assistito si ricorda dell'agente che lo ha aiutato. Inoltre, nell'assistenza viaggi non c'è burocrazia e gestione del sinistro”.

Infine, uno spunto per il futuro: pensiamo alle *utilities*, che iniziano a proporre prodotti assicurativi. “Coinvolgiamole – esorta il ceo – offrendo la nostra consulenza”.