



make
your
future
happen

SCS

CONSULTING

make your future happen

In partnership con:



SWG

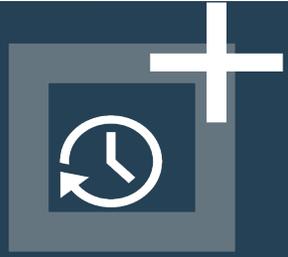
OSSERVATORIO ASSICURATIVO

9° EDIZIONE



QUALE RILEVANZA PER LE RETI AGENZIALI?

07 ottobre 2021



TIMELINE

L'EVOLUZIONE DELL'OSSERVATORIO ...

2013

Focus:
Proattività commerciale



2015

Focus:
Customer Orientation



2017

Focus:
IDD / POG



2019

Focus:
Customer experience omnicanale



Focus:
Qualità del servizio

2012



Focus:
Customer Retention

2014



Focus:
Adeguatezza offerta

2016



Focus:
La scelta consapevole

2018



Focus:
I punti di forza dell'agente

2021

MODALITÀ DI INGAGGIO

1

COMMUNITY CLIENTI

Circa 1.000 clienti coinvolti

Analizzare l'approccio al mercato assicurativo, comprendere le aspettative verso touch point e canali e i driver di soddisfazione

2

SURVEY AGENTI

Circa 200 agenti coinvolti

Analizzare il ruolo dell'Agente in un contesto di forte mutamento e di spinta alla digitalizzazione

3

ANALISI SISTEMATICA DEGLI ORIENTAMENTI STRATEGICI DEI PRINCIPALI OPERATORI DI MERCATO

Oltre 50 documenti strategici di pubblico accesso

Comprendere quali sono gli indirizzi strategici degli operatori di mercato



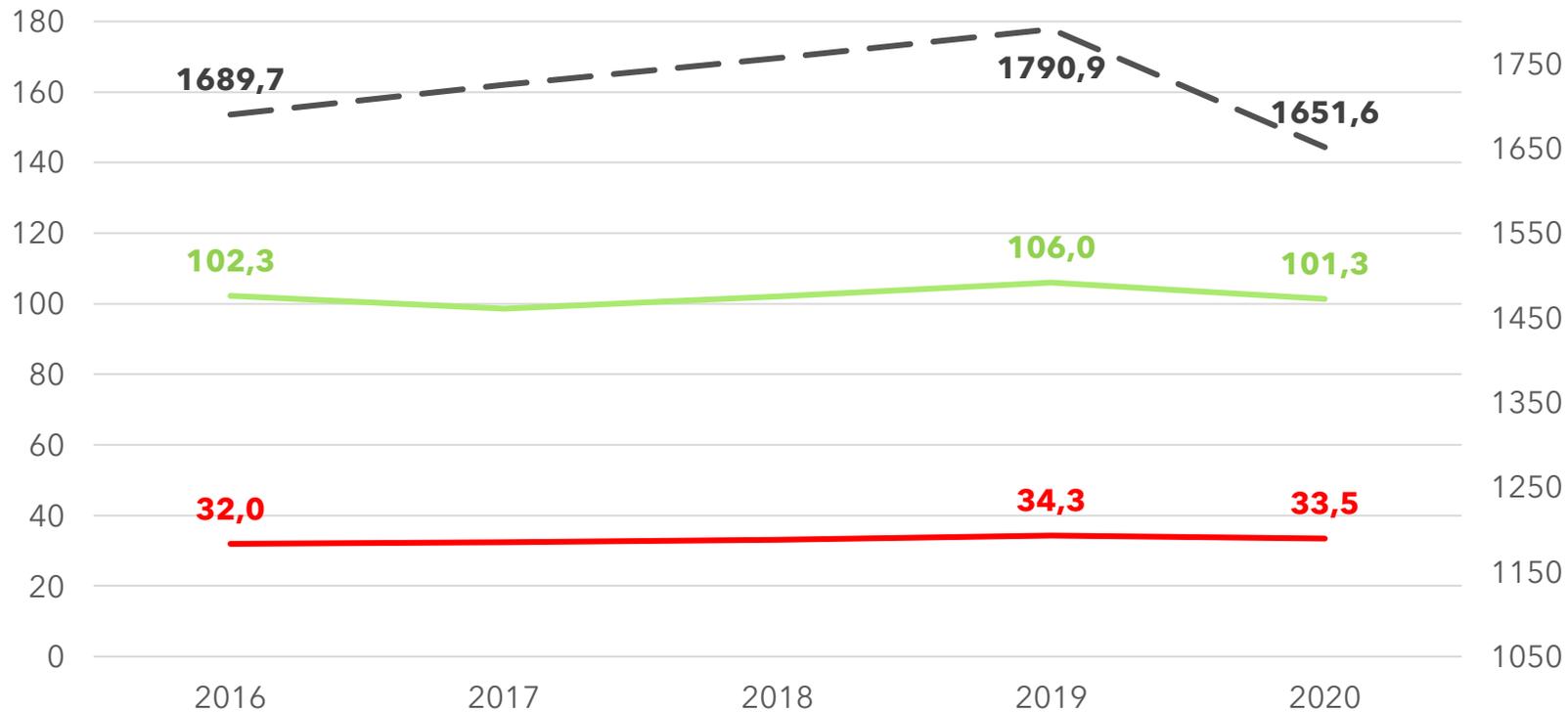


IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

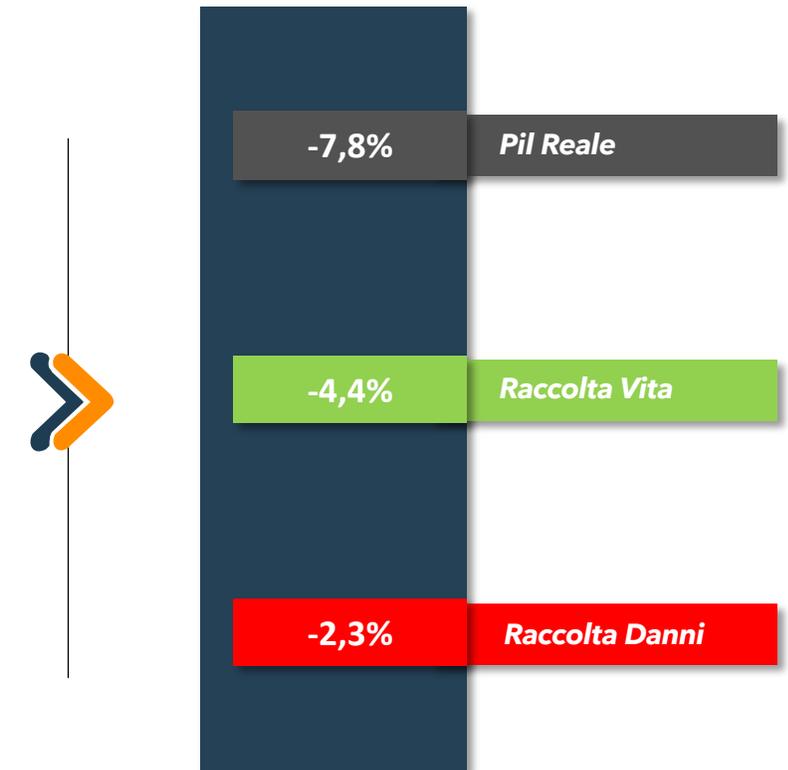


IL MERCATO ASSICURATIVO VIVE UN CALO DELLA RACCOLTA, COMUNQUE INFERIORE RISPETTO A QUELLO DEL PIL

Raccolta 2016 - 2020
(valori espressi in €Mld)



Δ '19 - '20
(%)

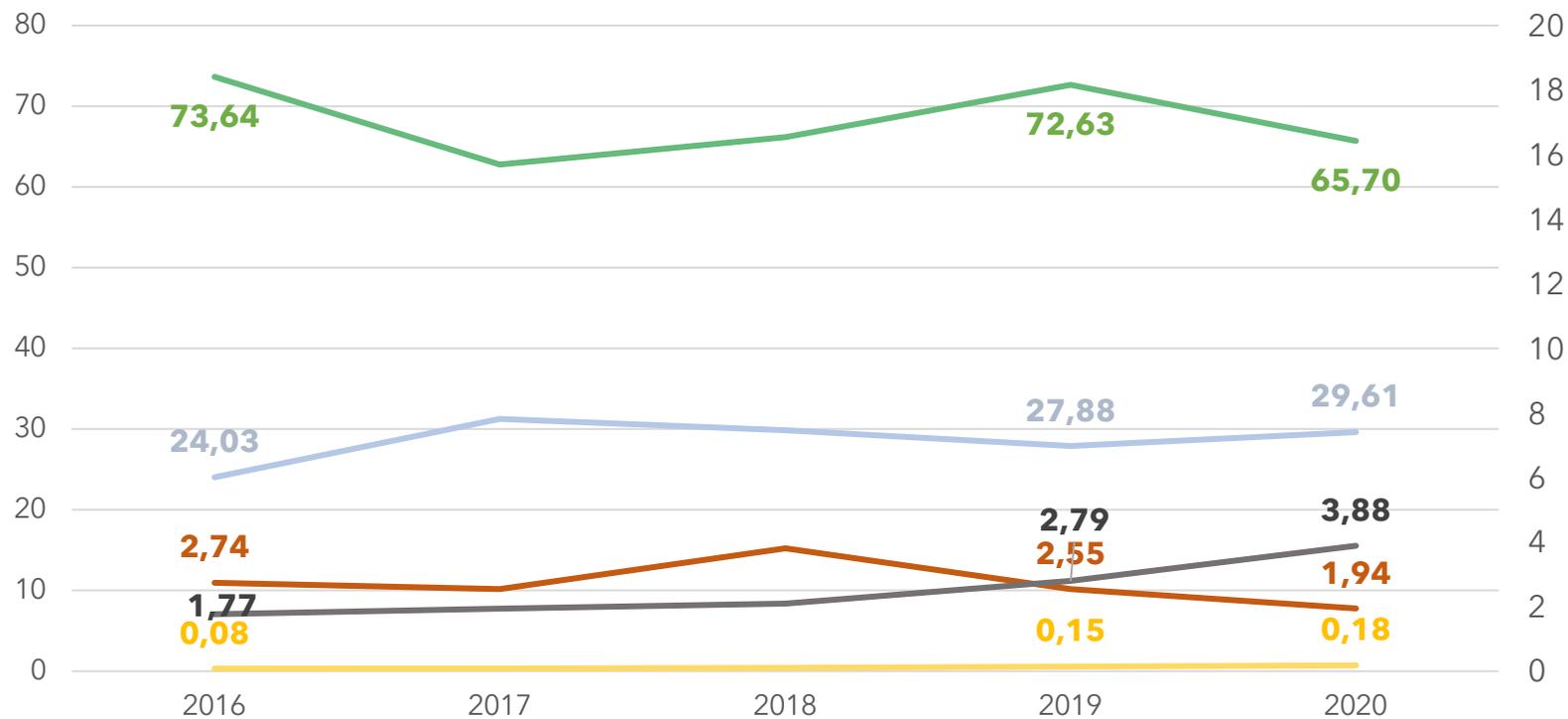




NEL VITA CRESCONO I PRODOTTI DI GESTIONE DEL PATRIMONIO ...

Raccolta Vita (Rami) 2016 - 2020

(valori espressi in €Mld)



Δ '19 - '20
(%)

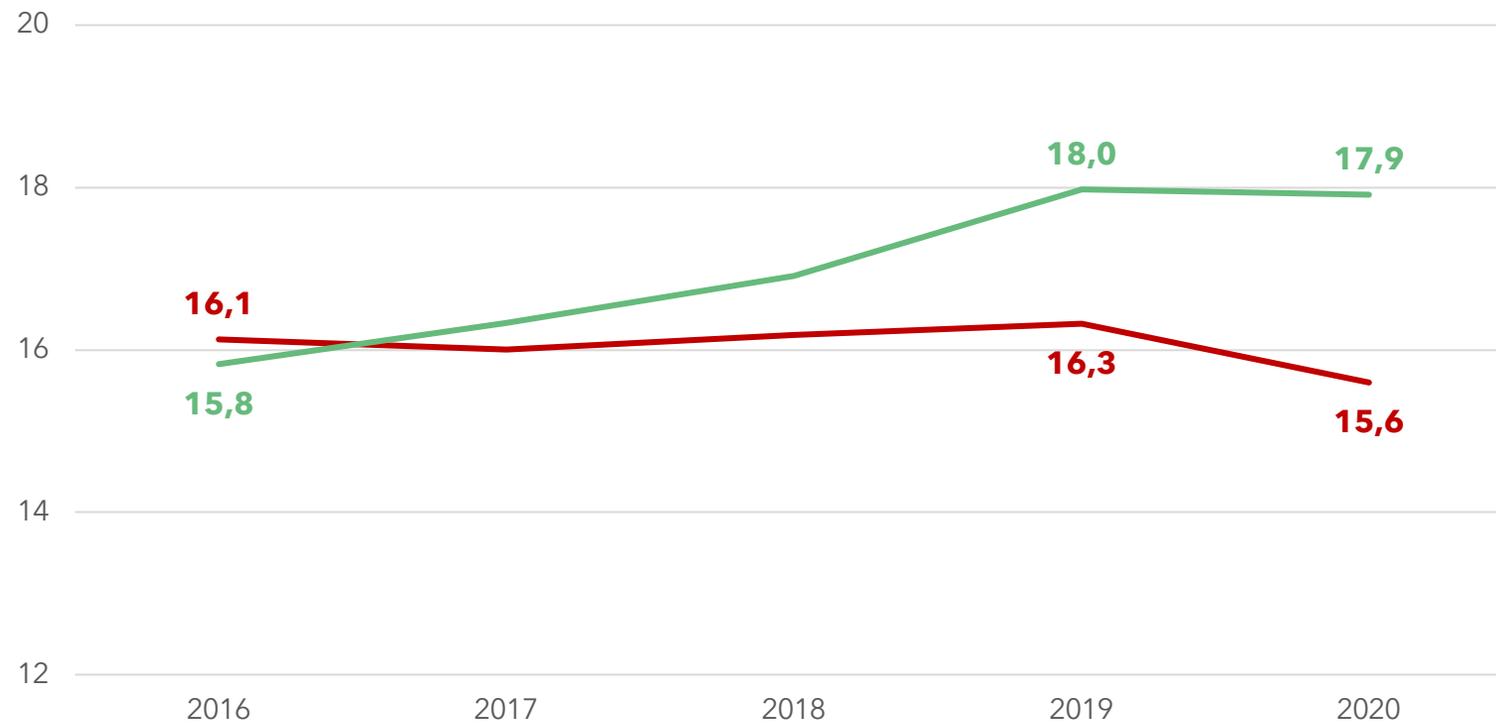




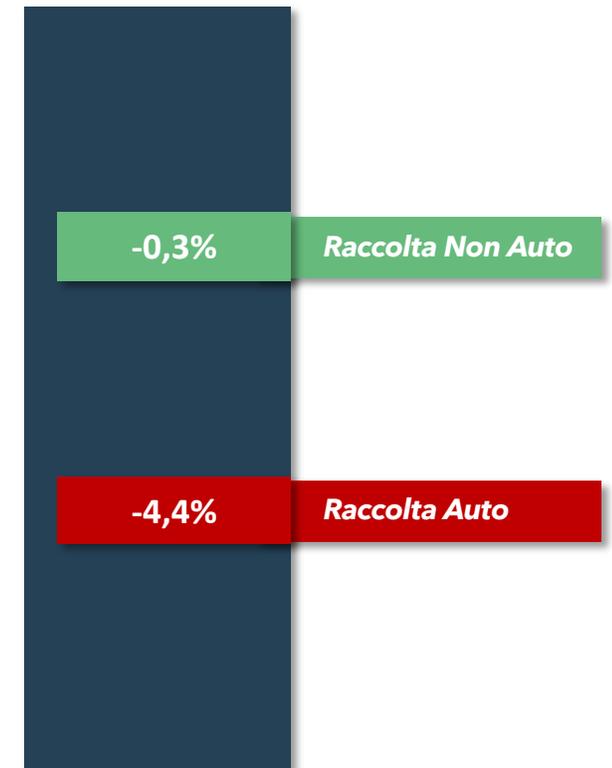
... NEL DANNI SIGNIFICATIVO IMPATTO DELLA CONTINGENZA SUL COMPARTO AUTO ...

Raccolta Danni (Auto e Non Auto) 2016 - 2020

(valori espressi in €Mld)



Δ '19 - '20
(%)

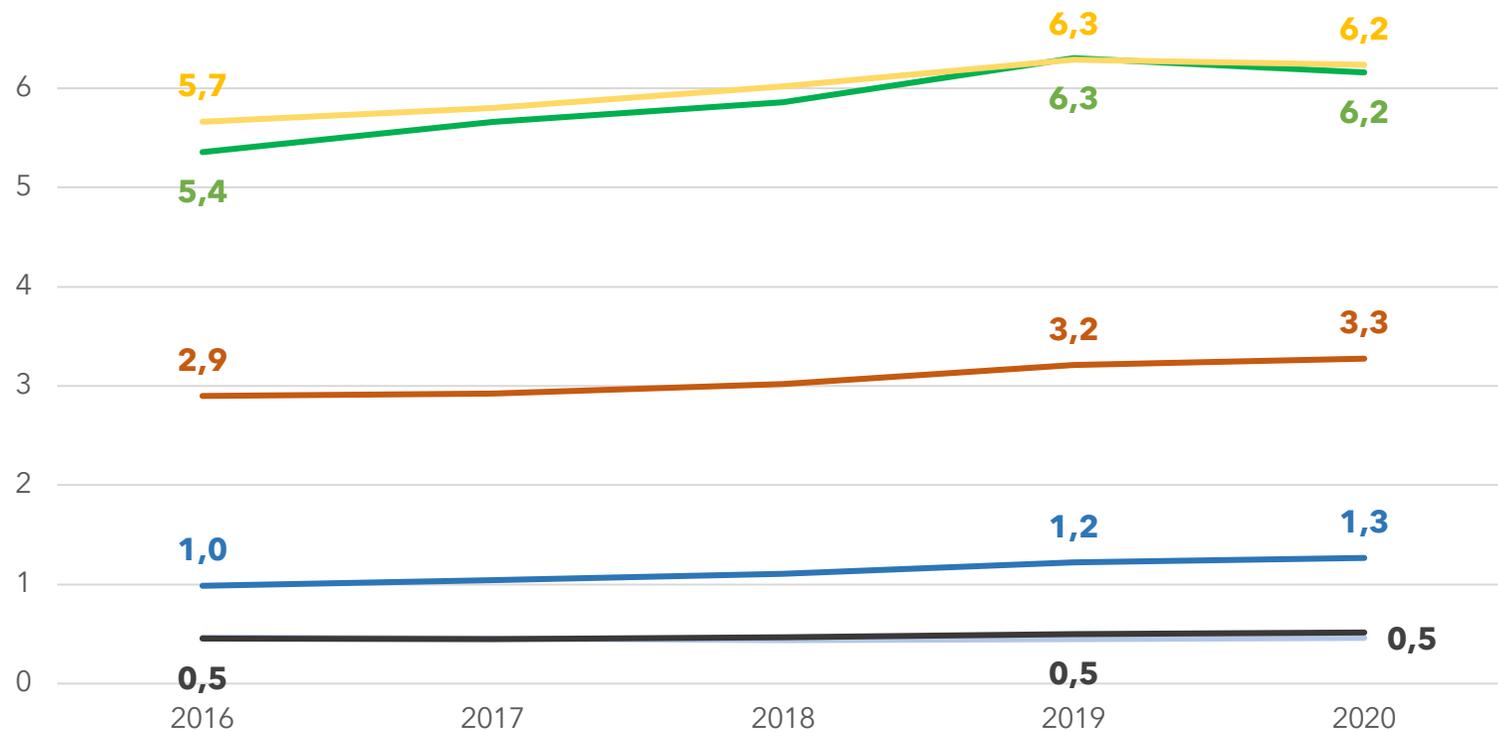




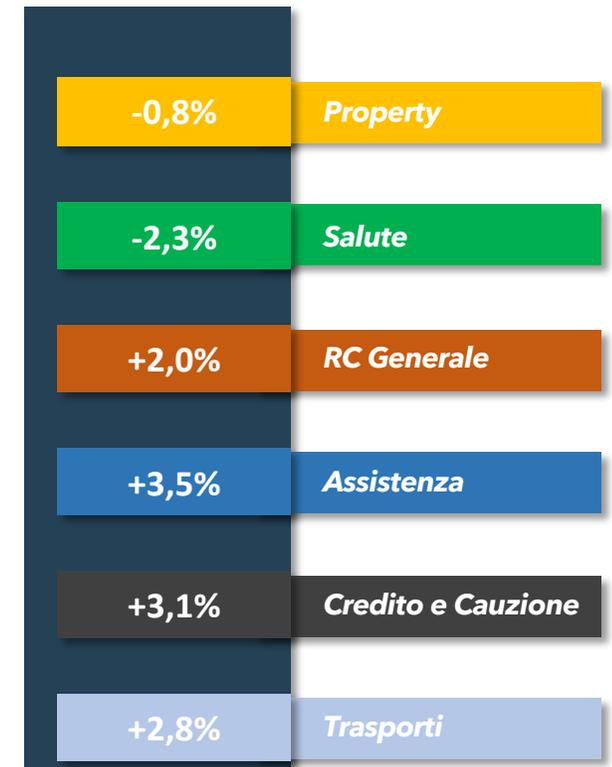
... STABILE IL NON AUTO ...

Raccolta Danni (Non Auto) 2016 - 2020

(valori espressi in €Mld)



Δ '19 - '20
(%)





... PROSPETTIVE DI CRESCITA PER SALUTE E PROPERTY

Il settore Danni dovrebbe registrare a fine 2021 una crescita di poco inferiore al 3% (rispetto al 2020), per un volume totale pari a €34,4Mld, tornando così ai livelli pre-pandemia

Trend positivo per tutti i rami danni ...

... ma non per il comparto Auto

SALUTE



+11,0%

A causa della pandemia che ha incrementato la domanda di coperture sanitarie private

PROPERTY



+7,5%

Dovuto principalmente all'impulso del mercato immobiliare



-4,5%

Effetto combinato di due principali leve:

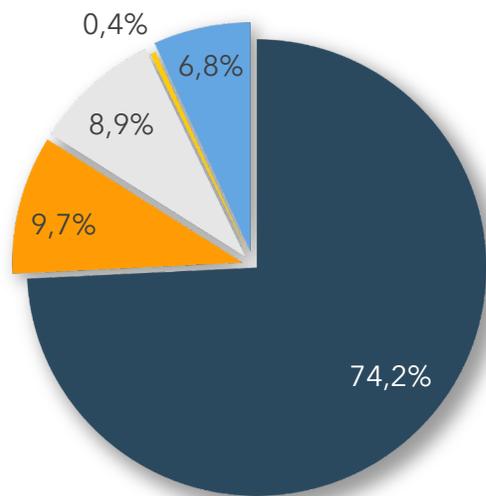
- Revisione delle politiche tariffarie
- Pressione competitiva



AGENTI E BANCASSURANCE LEADER RISPETTIVAMENTE SU DANNI E VITA, MA CON QUOTE DI MERCATO IN EROSIONE

Raccolta Danni 2020

Quota di mercato

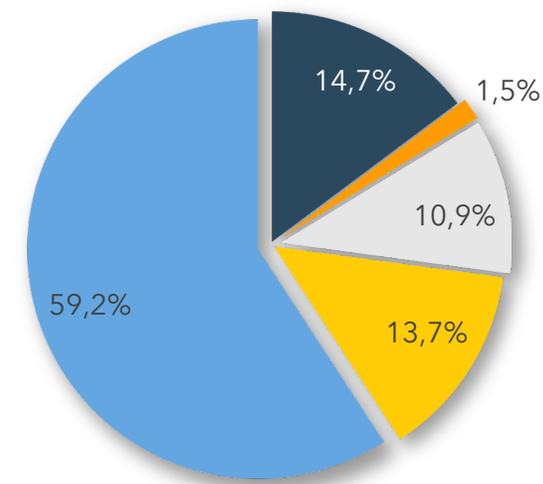


Var. vs. 2016

Agenti	Broker	Consulenti fin
-2,9%	+0,5%	+0,2%
Diretta	Banche	
+0,9%	+1,3%	

Raccolta Vita 2020

Quota di mercato



Var. vs. 2016

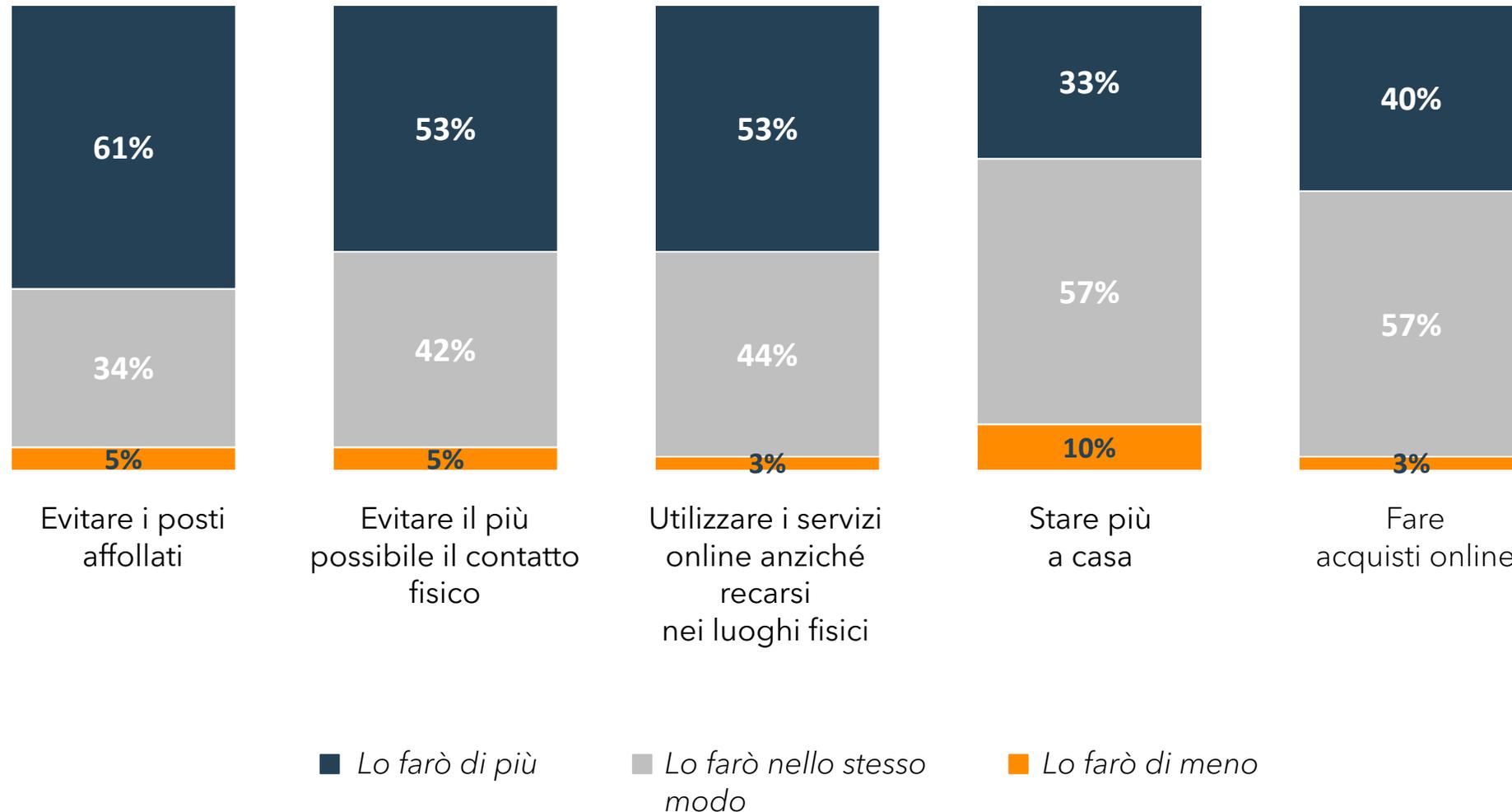
Agenti	Broker	Consulenti fin
+0,4%	+0,9%	-0,3%
Diretta	Banche	
+2,7%	-3,7%	



LE NUOVE ABITUDINI DEL CLIENTE



L'EMERGENZA SANITARIA HA CAMBIATO I COMPORTAMENTI DELLE PERSONE CON RICADUTE SULLE MODALITA' DI RELAZIONE ...





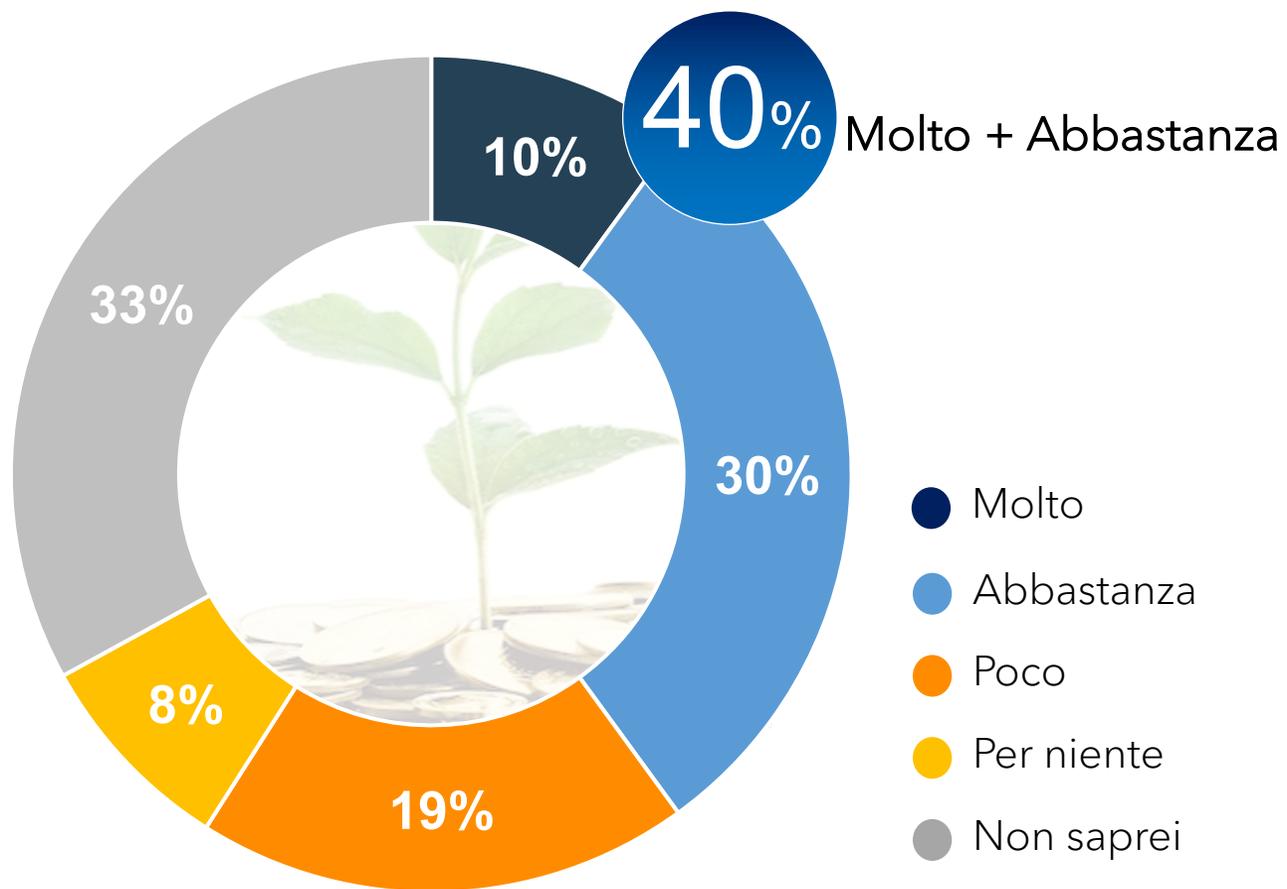
... HA FATTO EMERGERE NUOVE SENSIBILITÀ AL RISCHIO ...

Cosa vorrebbero proteggere i clienti?





... E ALLA SOSTENIBILITÀ SOCIALE, AMBIENTALE E DI GOVERNANCE (FATTORI ESG)



... IL 40% DEI CLIENTI RITIENE LA SOSTENIBILITÀ UN FATTORE FONDAMENTALE DURANTE LA SCELTA DEL PRODOTTO



IL CLIENTE VALORIZZA IL RUOLO DELL'AGENTE ...

... i clienti che considerano l'agente un elemento chiave nell'aumentare la propria fiducia nelle assicurazioni



IL 35% DEI CLIENTI DICHIARA UNA FORTE FIDUCIA NELLE ASSICURAZIONI

+1pp
rispetto al
2019

-2pp
rispetto al
2019

... i clienti che considerano l'operatore di filiale fondamentale nell'aumentare la propria fiducia negli istituti

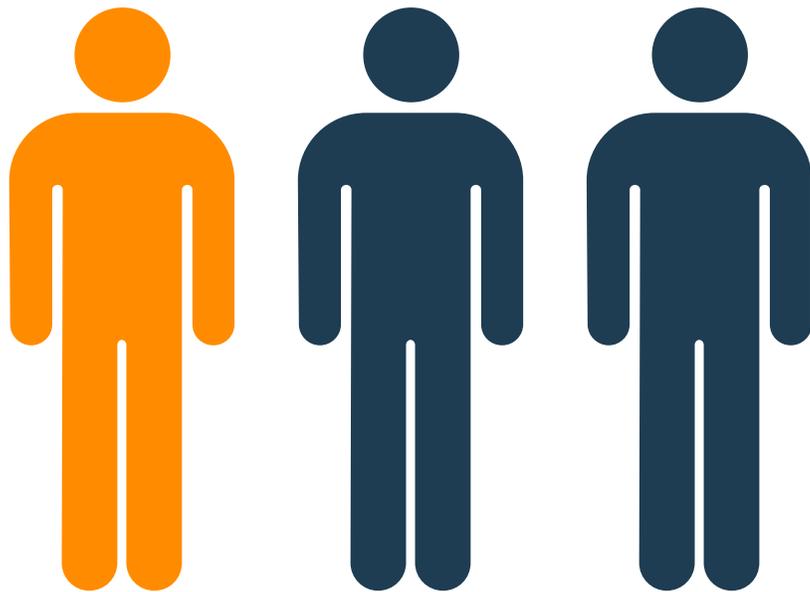


IL 33% DEI CLIENTI DICHIARA UNA FORTE FIDUCIA NELLE BANCHE



... E CERCA NELLE ASSICURAZIONI ANCHE RISPOSTE A BISOGNI
EXTRA ASSICURATIVI

1 su 3 ...



... ha richiesto informazioni agli
agenti su prodotti extra
assicurativi

Il 43% dei clienti
considera le
assicurazioni validi
interlocutori a patto che
si sviluppino
competenze specifiche



L'EVOLUZIONE DELLA RELAZIONE TRA AGENTE E CLIENTE

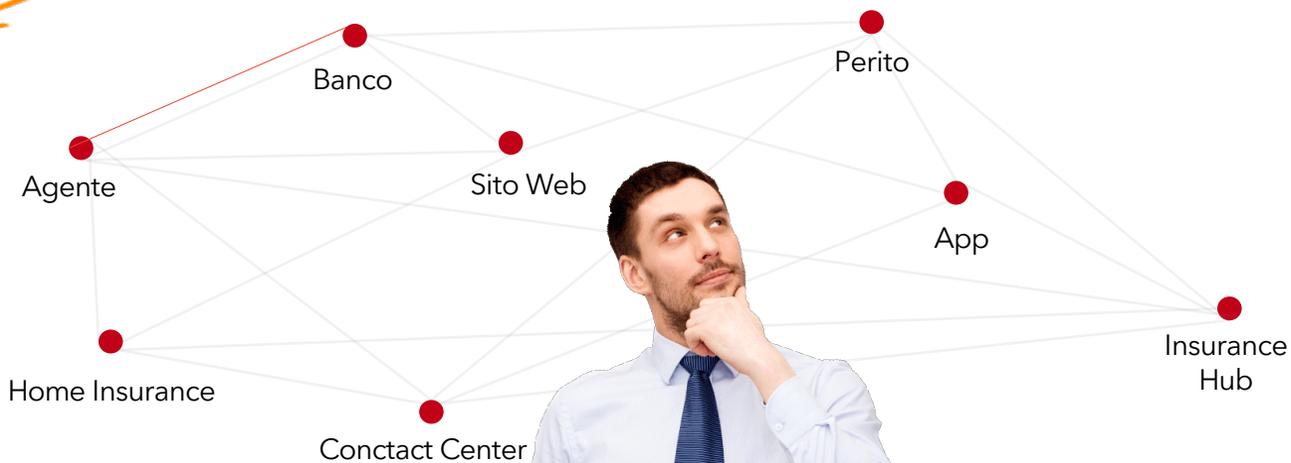


IL CLIENTE OGGI SI TROVA DI FRONTE A NUOVI MODELLI DI RELAZIONE E SERVIZIO DOVE ...

... IL FISICO È SEMPRE PIÙ DIGITALE ...



PHYSICAL

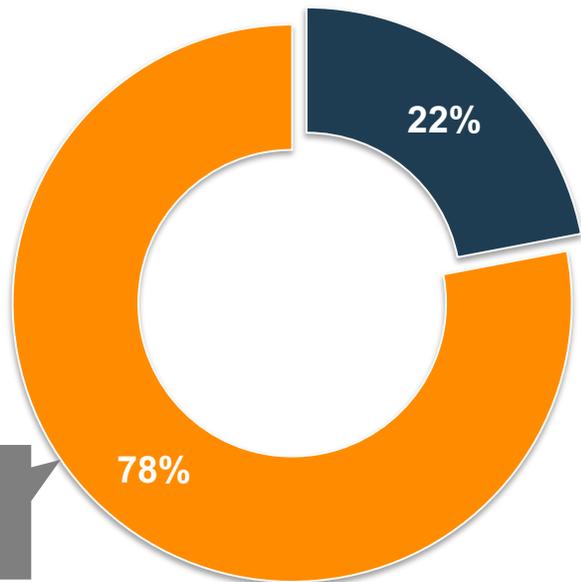


DIGITAL

... E IL DIGITALE È SEMPRE PIÙ FISICO

L'AGENTE FA PERCEPIRE IL PROPRIO VALORE DIFFERENZIALE ...

... quando è in grado di perseguire gli interessi del cliente, semplificare l'experience e garantire chiarezza ...



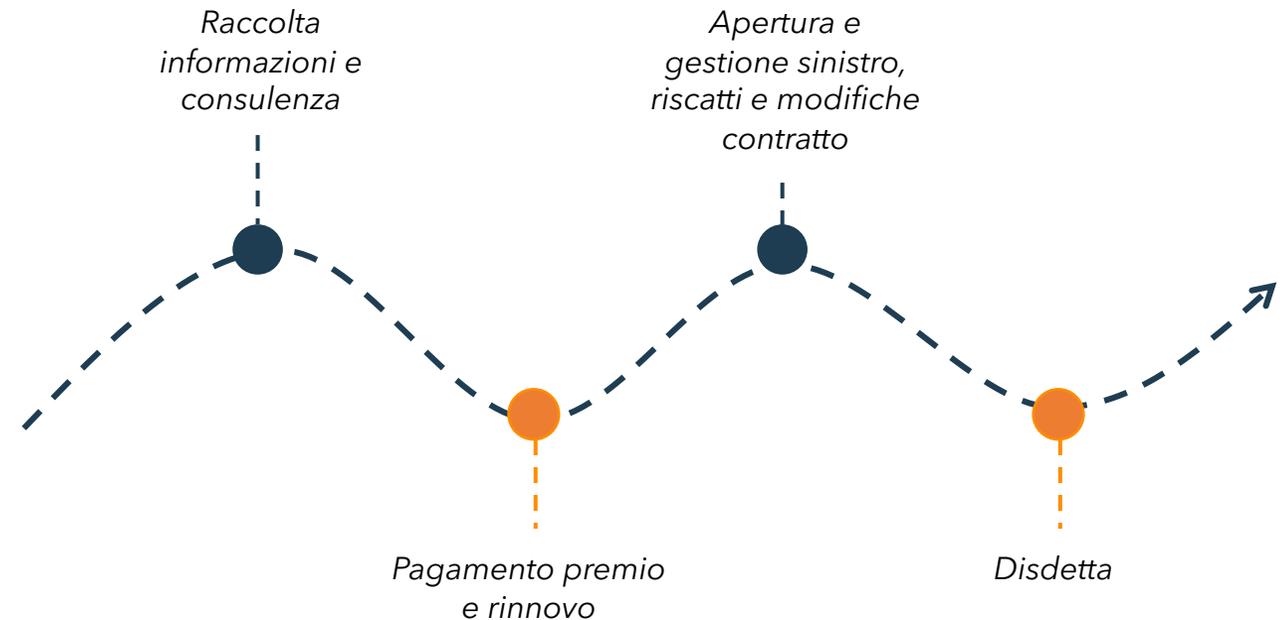
Vs. 77% del canale bancario

■ Ritengo meno importante avere un agente oggi
■ Ritengo più importante avere un agente oggi

... guidandolo lungo le fasi più critiche del Customer Journey ...

Touchpoint da fruire con Agente (fisico + digitale)

2 clienti su 3 vedono l'Agente centrale nel pre vendita e 3 clienti su 4 nel post vendita

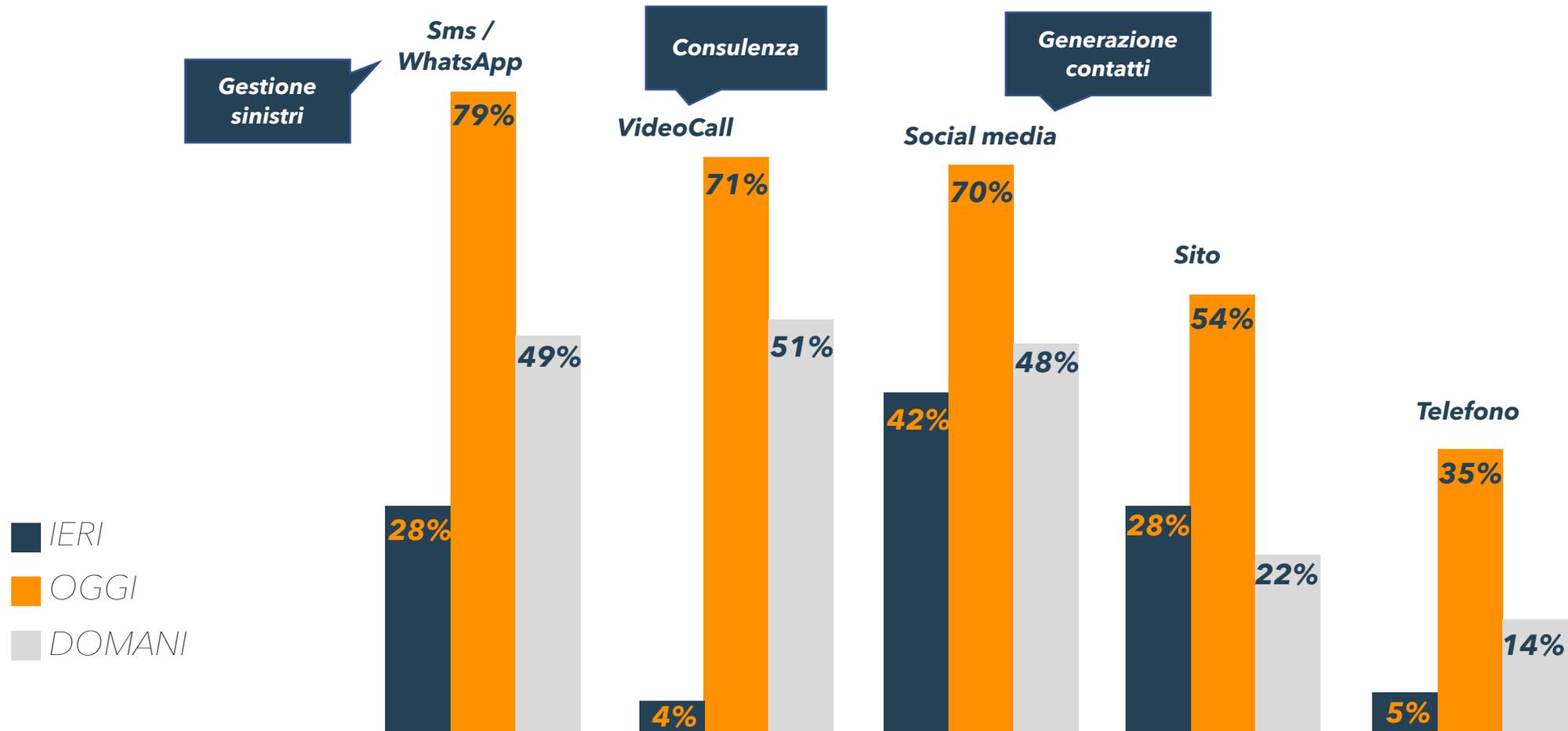


Touchpoint da fruire Full Digital

1 cliente su 2 vuole effettuare pagamento e disdetta in Full Digital



... E SCEGLIE SEMPRE PIU' LE SOLUZIONI DIGITALI CHE PERMETTANO UNA PRESENZA CONTINUA A FIANCO DEL CLIENTE





L'AGENZIA RIMARRA' UN PUNTO DI CONTATTO FONDAMENTALE MA DOVRA' EVOLVERE DIVENTANDO UN LUOGO ESPERIENZIALE E OMNICANALE

Ecosistema di offerta di prodotti e servizi che superino le barriere dell'assicurativo



Tecnologie WOW per incrementare il flusso dei clienti in Agenzia



Dispositivi interattivi per coinvolgere il cliente nel processo di vendita



Nuovi spazi esperienziali su misura del cliente



Elementi innovativi per migliorare i processi interni di Agenzia e aumentare la produttività





L'AGENTE CHIEDE SUPPORTO ALLA COMPAGNIA PER RISPONDERE ALLE COMPLESSITÀ DI MERCATO, ATTRAVERSO ...

... INTEGRAZIONE ALL'OMNISCANALITÀ ...

... 1 agente su 4 richiede supporto
**nell'individuazione degli
strumenti** più idonei

... l'80% degli agenti non riceve
informazioni su clienti e prospect
entrati in contatto con la compagnia
attraverso canali digitali

... SPINTA INNOVATIVA DI PRODOTTO ...

... 1 agente su 3 vorrebbe **prodotti
assicurativi innovativi e
maggiormente personalizzabili**

... 1 agente su 2 dichiara di aver
ricevuto richieste informazioni su
prodotti extra assicurativi
(finanziari e non finanziari),
spingendo alla creazione di
ecosistemi di nuovi prodotti e servizi
direttamente in agenzia

... CHIAREZZA NELLE COMUNICAZIONI ...

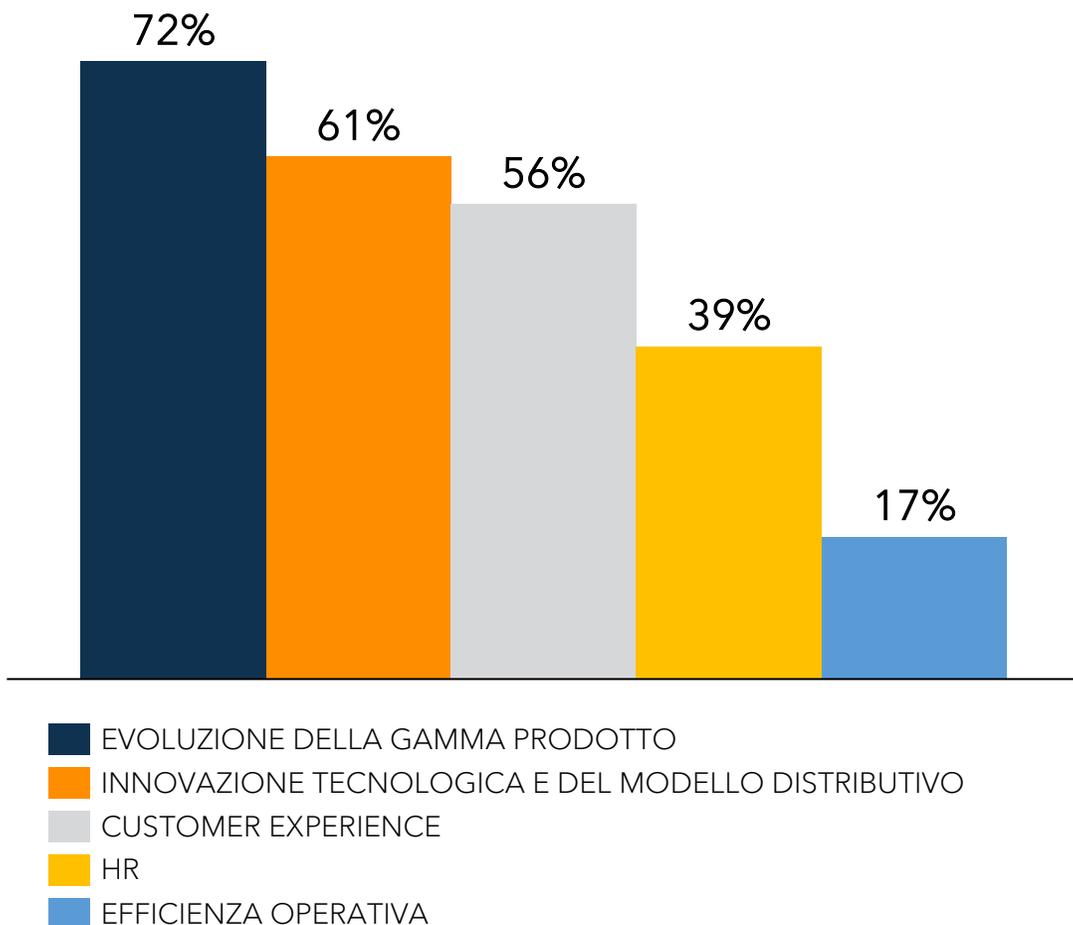
... 1 agente su 3 non conosce le
persone di Compagnia con cui si
deve rapportare ...

... anche a seguito dei numerosi
cambiamenti che hanno
caratterizzato il mercato assicurativo
negli ultimi anni



... E LE COMPAGNIE RISPONDONO LAVORANDO SU MOLTEPLICI DIRETTRICI ...

Principali direttrici individuate nei documenti strategici
(% compagnie che includono la direttrice nei documenti strategici)



... evoluzione della gamma prodotto con particolare attenzione a extra assicurativo e sostenibilità

... innovazione tecnologica per garantire esperienze omnicanale

... efficientamento della macchina operativa anche per veicolare chiarezza nelle comunicazioni

Osservatorio SCS sui documenti strategici

18

OPERATORI INTERNAZIONALI ANALIZZATI

750

MLN

CLIENTI SERVITI

50+

DOCUMENTI STRATEGICI STUDIATI



QUALI STEP DEVONO SEGUIRE COMPAGNIE E AGENTI PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE DEL CLIENTE?

INTEGRAZIONE OMNISCANALE

sia da parte della compagnia, mettendo l'agente al centro del nuovo rapporto con il cliente, sia da parte dell'agente nell'utilizzo di strumenti di contatto innovativi

CREAZIONE ECOSISTEMI DI PRODOTTI

aprendo a nuove aree di offerta, anche di prodotti non assicurativi direttamente in agenzia

INNOVAZIONE DEGLI SPAZI FISICI

attraverso la creazione di un ecosistema ibrido e omniscanale, dove il punto vendita si trasforma in un luogo dedicato alla creazione di esperienze forti e memorabili, con luoghi dedicati alle singole tipologie di prodotto o servizio offerto

IMPATTO SULLA RETE

AUTORI



MARCO LANZONI
SENIOR MANAGER



GIORGIO LOLLI
MANAGER



LUCA DI MAURO,
PROJECT LEADER



ALESSANDRO CASTELLINA
SENIOR CONSULTANT



ALESSANDRA DRAGOTTO
DIRETTORE DI RICERCA SWG

SCS
CONSULTING
make your future happen

Via Toscana 19/A
40069 - Zola Predosa (BO)

Tel. +39 051 31 60 311
Fax +39 051 31 60 399
info@scsconsulting.it



TRIESTE
Via S. Francesco 24 - 34133
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050