

L'INNOVAZIONE PER CRESCERE

Come cambia l'offerta assicurativa

relatore: Massimiliano Maggioni

insurance Trade[®]
WWW.INSURANCETRADE.IT

19 marzo 2014 – Milano

INSURANCE
REVIEW

Come cambia l'offerta assicurativa

Dott. Massimiliano Maggioni, Partner di Excellence Consulting



🔑 **Contesto di mercato e innovazione**

🔑 Alcune evidenze di innovazione per ramo

- Savings
- P&C (PMI – Retail)
- Group Pensions
- Protection and Health

🔑 Innovare significa cambiare

- Ricerca di prodotti **trasparenti e ottimizzazione fiscale**
- Richiesta di **gestione prudente del capitale**
- **Rilevanza del ruolo delle donne** nelle scelte di investimento della famiglia
- Progressivo **invecchiamento della popolazione**

1



2



- Ricerca di **canali di acquisto innovativi** dei prodotti
- Ricerca di soluzioni «**Open Architecture**»
- **Offerta personalizzata**
- **Offerta semplice e completa**, costruita sui propri bisogni

4



3



- Aumento della diffusione di nuovi device: **Smartphone, Tablet, Laptop**
- Crescente presenza dei **social network**
- Crescente importanza del **canale online (eCommerce)**

- Essere **connessi sempre e ovunque**
- Importanza delle **relazioni «virtuali»**
- Consumatori sempre **più informati** (internet, ricerca online, customer experience)
- Consumatori sempre **più esigenti** (richiesta di prodotti «su misura»)



Fare **innovazione** significa intervenire su **processi e prodotti**

Elementi vincenti

Dall'offerta «Product Centric» all'offerta «Customer Centric»



Da focus su tutti i clienti in modo indistinto a focus su diversi segmenti di clientela e dei loro bisogni



Da prodotti «stand alone» a proposte che tengono conto del Ciclo di Vita del cliente



¶ Contesto di mercato e innovazione

¶ **Alcune evidenze di innovazione per ramo**

○ **Savings**

○ P&C (PMI – Retail)

○ Group Pensions

○ Protection and Health

¶ Innovare significa cambiare

Il concept di riferimento dei prodotti Vita per cogliere le opportunità del mercato deve avere caratteristiche di elevata efficienza



Prodotto Contenitore

Multi-fondo e multi-tariffa, caratterizzato dalla presenza di Fondi Interni e/o Esterni e in grado di permettere al cliente di ottimizzare il profilo fiscale dell'investimento



Possibilità di operare sui Fondi giornalmente

con Time to Market ridotto e valorizzazione giornaliera del NAV



Presenza di numerose opzioni finanziarie (es. garanzia del capitale, decumulo programmato del capitale, clausole di salvaguardia, monitoraggio e riallocazione automatica dell'investimento, etc)



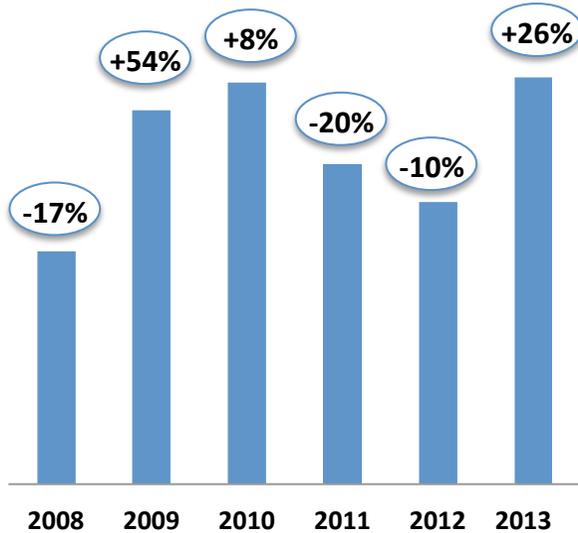
Trasparenza e visibilità per i clienti e per la Rete di distribuzione

(es. rendicontazione on line integrata nei sistemi banca, possibilità di gestione on line del sottostante, etc)

Le opportunità ulteriori di sviluppo del comparto Vita

Situazione attuale

- Un mercato vita in grande stato di forma
- Marcata risalita delle vendite
- Deciso ribilanciamento del business mix



- Previste grosse fuoriuscite dal portafoglio per i prossimi due anni
- In scadenza circa 40 miliardi di Euro di Index Linked



- Per essere competitive le aziende devono puntare su due fattori chiave:

- ✓ Offerta integrata
- ✓ Innovazione

Prodotti	Andamento 2014	Trad.	Unit	Multi ramo	PIP	Index
Prodotti di risp.e prev	↑	↑	↔	↑	↑	—
Prodotti di inv.	↔	↔	↑	↑	—	↓
Prodotti di ptotez.	↑	↑	—	—	—	—



Quali opportunità?

- STABILIZZARE I VOLUMI IN ENTRATA

- STABILIZZARE I VOLUMI IN USCITA
- MANTENERE IN POSITIVO VOLUMI DI RACCOLTA NETTA
- MANTENERE UNA SITUAZIONE PATRIMONIALE STABILE

- COSTRUIRE UN'OFFERTA COMPETITIVA

- ¶ Contesto di mercato e innovazione

- ¶ **Alcune evidenze di innovazione per ramo**
 - Savings
 - **P&C (PMI –Retail)**
 - Group Pensions
 - Protection and Health

- ¶ Innovare significa cambiare

Perché questa sottoassicurazione?



Le PMI in numeri

Il **14%** è privo dell'assicurazione più banale, ovvero ***l'incendio***

Anche se il **61%** è coperto da ***furto***, il **33%** è privo di polizza ***danni verso terzi o dipendenti***

Quasi il **90%** ignora i ***rischi ambientali***

Meno del **2%** delle aziende si affida a una ***Banca***

Solo **1,5** numero di polizze mediamente possedute

Perché questa sottoassicurazione?

- ✓ La **fiducia verso le assicurazioni** è un ostacolo importante alla sottoscrizione delle polizze
- ✓ Ancora scarsa **fiducia verso gli intermediari**
- ✓ Basso livello di soddisfazione degli assicurati per il servizio reso dalle compagnie nella fase di vendita – «**non conosco il prodotto perché nessuno me lo ha proposto**»
- ✓ Forte **privilegio per il canale «tradizionale»**, solo una piccola parte usa il canale bancario

Esempi di interventi di innovazione della gamma prodotti

Esempi tavole
successive

Concept

Case Study

- 1 **Pagamento RCA in base a “Come si guida”**
- 2 **Rinnovo RCA tramite SMS**
- 3 **Proposta assicurazione viaggio quando si oltrepassa il confine**
- 4 **Acquisto prodotto assicurativo attraverso il QR Code**
- 5 **Definizione tariffe di gruppo dinamica**
- 6 **Gestione risarcimento sinistri in modo semi-automatico**
- 7 **Promozione “social” del prodotto finanziario**

Axa (FR); Acorn (UK); Teensurance (US)

Allianz (GR); Assurski Francia (FR)

-

Paypall (US/UK)

Friendsurance (GR)

-

Trustegg (US)

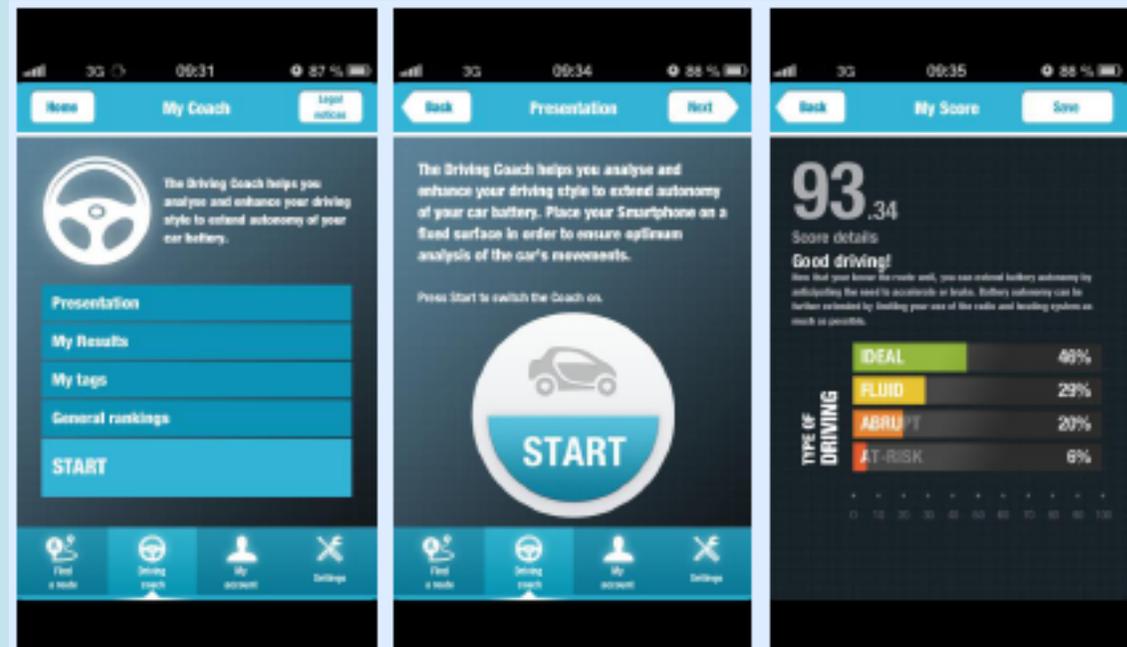
“Paghi come guidi”

“Paghi quanto guidi”

“Registratore sinistri”

“Educazione al rischio/
prevenzione”

Applicazione “Coach driver” per smartphones che analizza il comportamento di guida in tempo reale





TrustEgg è un prodotto finanziario online lanciato sul mercato USA nel 2013 che consente alle famiglie di mettere da parte dei risparmi per i propri figli

Saving for your child's future is now simple

Free! Sign up >



- E' un prodotto offerto dalla **Summit Trust Company** of Nevada (USA), società di financial services

- L'**idea originale** è introdurre nel mondo dei *Children Trust Fund* quello dei **social network**

- Lo **scopo** è quello di creare un **salvadanaio da condividere** con parenti ed amici, che sia protetto fino al compimento di 18 anni del beneficiario

- I soldi dell'account TrustEgg vengono **disinvestiti** al compimento del **18° anno** del beneficiario

- Il beneficiario diciottenne potrà **utilizzare i soldi ritirati come preferisce**, senza vincoli o tasse ulteriori

Visita al Sito TrustEgg 1

Registrazione del genitore e del minore beneficiario 2

Invito a contribuire parenti e amici 3

Monitoraggio dell'account 4

Imagine the Savings

\$100

Contribution Per Month

- ¶ Contesto di mercato e innovazione

- ¶ **Alcune evidenze di innovazione per ramo**
 - Savings

 - P&C (PMI – Retail)

 - **Group Pensions**

 - Protection and Health

- ¶ Innovare significa cambiare

Best Practice sui
mercati per ogni area
di relazione con
Prospect e Clienti

- **Comunicazione personalizzata per segmenti target**



- **Piattaforme evolute di Education**



- **Simulatori innovativi e graficamente attraenti**



- **Community dedicate al tema previdenziale**



Comunicazione Retail differenziata per eventi di vita

Retirement and your personal situation

What influence has your situation on your pension?

Do you want your retirement years in a beautiful way to experience?

Then it is important to set aside money for retirement. Your personal situation now determines what you can spend later.

A Cohabitation or marriage



- Whether you are cohabiting, partly determines the amount of the pension
- Cohabitation or marriage affects your employers pension
- If your partner dies, it affects your pension

▶ More about cohabiting partner's pension and

Famiglie

B Starting in the labor



- Starting in the labor market is also a start pension
- On pension outbacks, private supplement is becoming increasingly important
- It pays to you early in your career in your pension to deepen

▶ More about early to think about your retirement

Il tuo primo lavoro

C Separate



- A divorce almost always has consequences for your pension
- After a divorce, your pension will usually divided

▶ More about divorce and your pension

**Separazione
Divorzio**

D Changing jobs



- A new job often means a new pension scheme
- Switching to a new plan may cause a pension

▶ More about the consequences of a new track for your retirement

Cambio lavoro

E Living and working abroad



- Living abroad will affect your retirement
- Working abroad has much influence on your pension

▶ More about working abroad and your pension

Vivi e lavori all'estero

F Private entrepreneurship



- Entrepreneurs build no employers pension
- AOW is often insufficient income, self-complementary is necessary
- Pension supplement in different ways

▶ More about entrepreneurship and your own retirement

Lavoratori autonomi

- ¶ Contesto di mercato e innovazione

- ¶ **Alcune evidenze di innovazione per ramo**
 - Savings

 - P&C (PMI – Retail)

 - Group Pensions

 - **Protection and Health**

- ¶ Innovare significa cambiare

- ¶ Contesto di mercato e innovazione

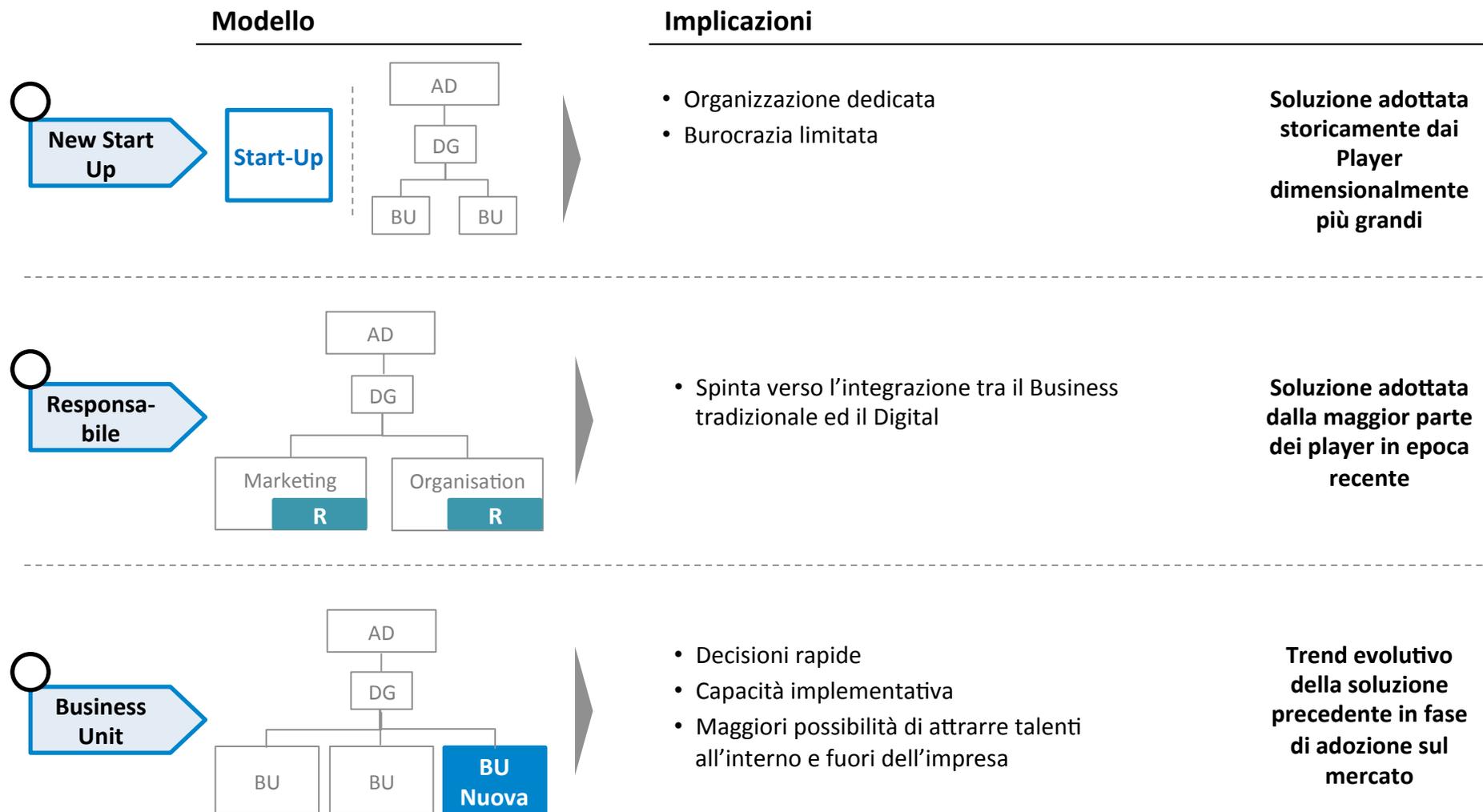
- ¶ Alcune evidenze di innovazione per ramo
 - Savings

 - P&C (PMI – Retail)

 - Group Pensions

 - Protection and Health

¶ **Innovare significa cambiare**



... questo comporta un nuovo mercato allineato alle nuove esigenze ...

- Migliore comprensione del Cliente
- Migliore Customer Service
- Maggior coinvolgimento del Cliente in tutte le fasi del processo commerciale
- Modello di consulenza integrato (finanziaria + assicurativa)
- Modello di servizio multicanale e Customer Centric (prevendita, vendita e postvendita)

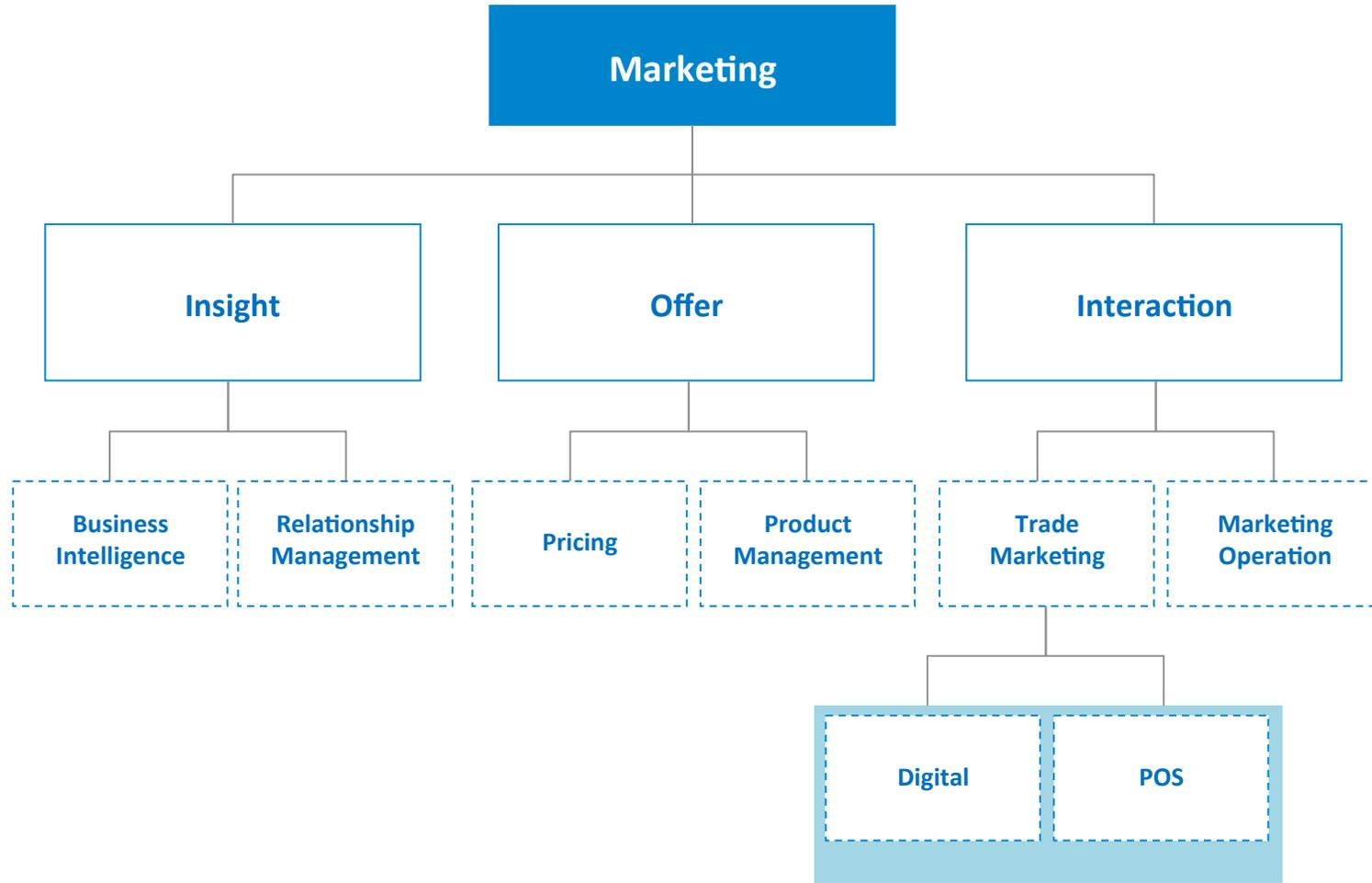


- Capacità di innovazione nei prodotti e nei servizi
- Gamma semplice e completa (vita + previdenza + danni), costruita sui bisogni della Clientela e con prodotti «Best in Class»
- Selezione dei migliori Partner per i diversi Rami
- Attività sistematiche di Ricerca & Sviluppo
- Capacità di introdurre nuovi modelli di Business che sfruttano le opportunità del mercato

- Processi e strumenti innovativi a supporto del collocamento dei prodotti
- Migliore efficienza tecnologica
- Migliore produttività delle Risorse allocate
- Migliore integrazione operativa con i Partner



La **soluzione organizzativa** che tiene conto dell'**innovazione**



Massimiliano Maggioni, *Partner*

+39 348 3059380

m.maggioni@excellence-consulting.com

Excellence Consulting srl

via Morosini, 12 - 20135 Milano

T. +39 02 5450439 - F. +39 02 54059577

www.excellence-consulting.com

In collaborazione con

