



# La Insurance Digital Transformation.. ma quando arriva?

**Emanuel Sitzia**

Head of Insurance

Comarch Italia



**Nel mercato assicurativo** mondiale è in costante crescita la **creazione di valore** data dall'uso di **processi digitalizzati e nuove tecnologie** in diverse modalità e applicazioni.

**Tuttavia,** rimane ancora **tanta strada da fare.**

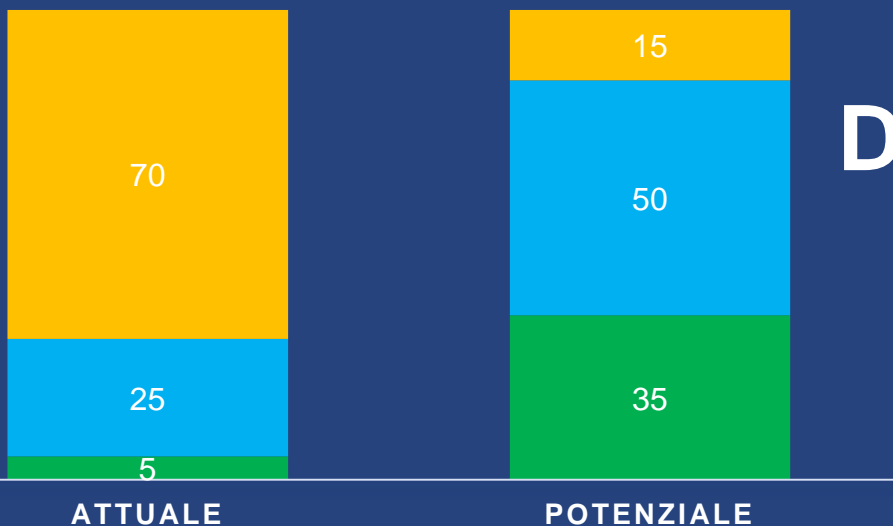


Per sbloccare questo potenziale occorre guardare **altre industrie e altri mercati** che scelgono un **approccio sistematico** alla digitalizzazione andando oltre l'insieme di singole iniziative slegate tra loro.

La scelta risulta quindi tra investire nell'acquisizione di **alcune** competenze digitali oppure diventare **compagnie digitali.**

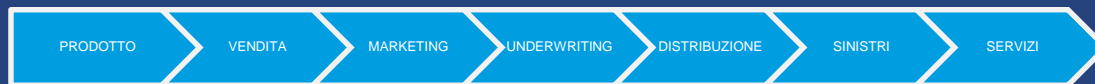
# % DIGITALIZZAZIONE NEI PROCESSI ASSICURATIVI

■ PIENAMENTE ■ PARZIALMENTE ■ MANUALE



## GRANDE POTENZIALE DI DIGITALIZZAZIONE

**65%** riduzione costi  
**90%** riduzione tempi  
**20%** miglioramento CR



# STRUMENTI DIGITALI



**OMNICHANNEL**



**MOBILE**



**CUSTOMER FOCUSED**



**UX**



**CLIENTI**



**AGENTI**

# CLIENTI

**68%** vorrebbero scaricare ed utilizzare l'app della propria **Compagnia di Assicurazione**

**50%** sono pronti a fornire ulteriori informazioni **personali** e sullo **stile di vita** per ottenere **sconti** e/o **ulteriori servizi**

# CLIENTI **23.000** clienti assicurativi intervistati

- **29%** si ritengono soddisfatti del proprio Assicuratore
- **22%** non si considerano 'fedeli' al proprio Assicuratore (ramo danni)
- **30%** considera il prezzo come driver principale nella scelta di un prodotto danni
- **38%** considera unicamente il prezzo come driver principale nella scelta di un prodotto vita
- **34%** ha cambiato la propria polizza vita

**RISCHIO??**



# AGENTI

60%

La disponibilità di strumenti adeguati influisce sulla scelta della Compagnia

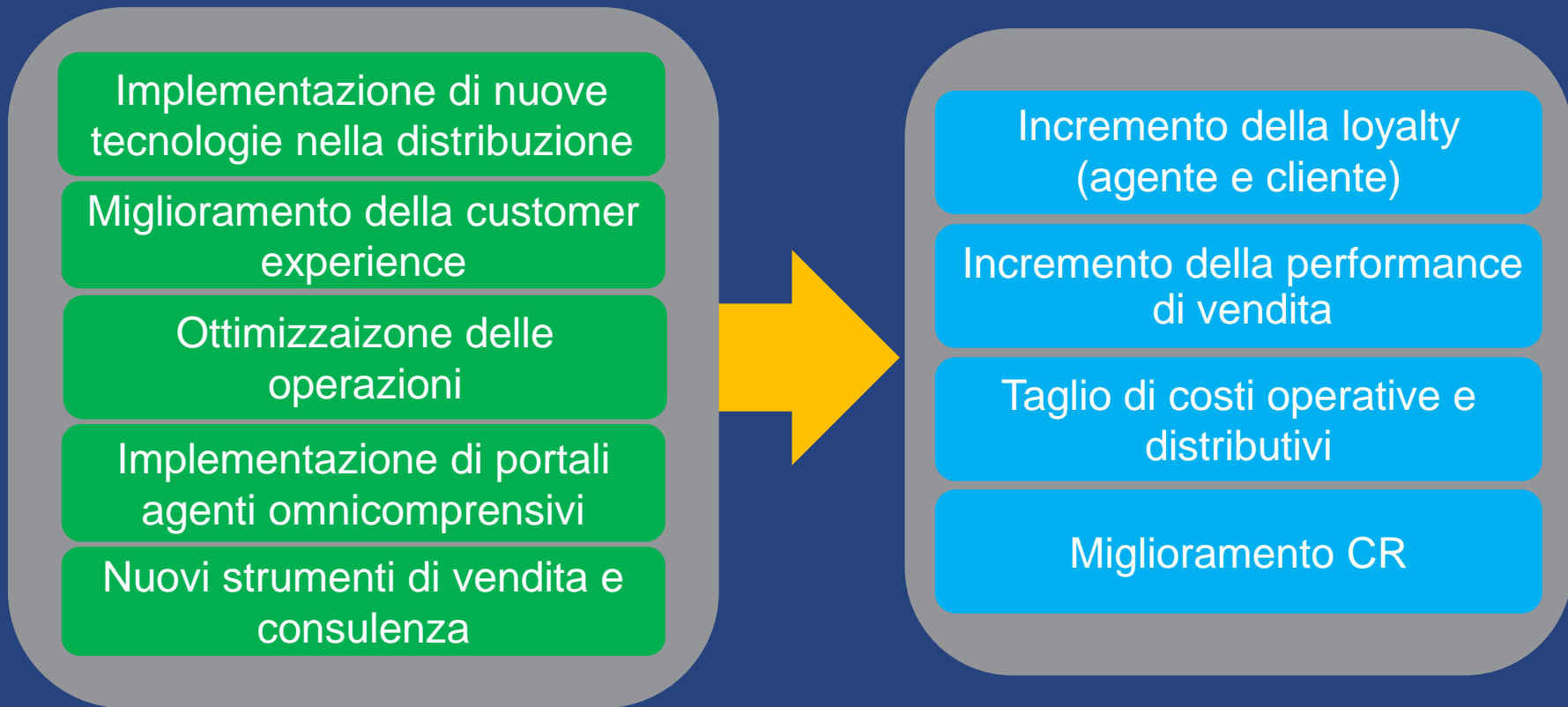
35%

Avere strumenti efficienti è uno dei driver principali nel cambio di Compagnia

35%

Vorrebbero avere un CRM migliore

# DIGITAL STRATEGIES & RESULTS





# INSURANCE IN THE MOBILE-FIRST ERA

COMARCH & EFMA SURVEY  
PRIME EVIDENCE

COMARCH





Gli strumenti digitali sono fondamentali nel business assicurativo

66% delle Compagnie

ACCENTURE



COMARCH

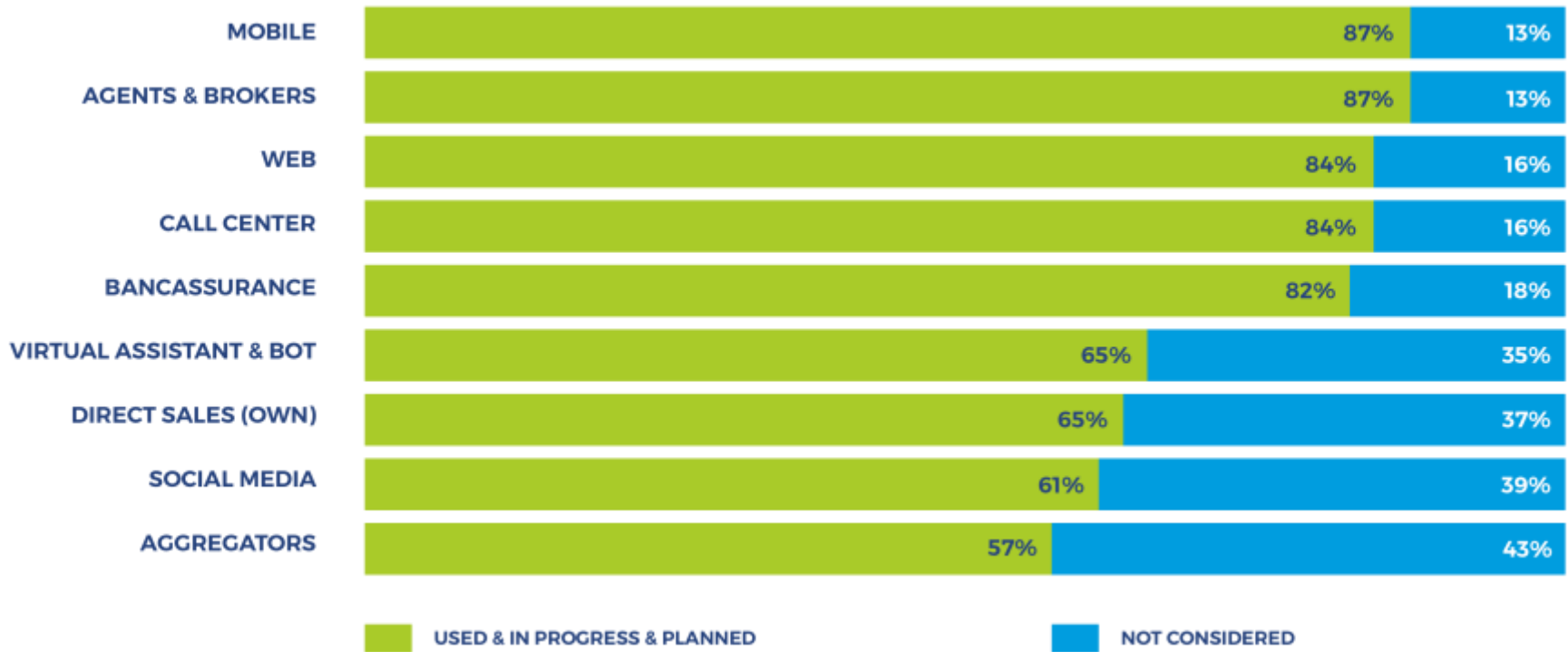
# POPOLAZIONE

**70 COMPAGNIE  
LEADER IN EUROPA**

**85%**

**LA TECNOLOGIA  
MOBILE È GIÀ AL  
CENTRO DELLA  
NOSTRA DIGITAL  
STRATEGY**

# SURVEY: CANALI DI VENDITA

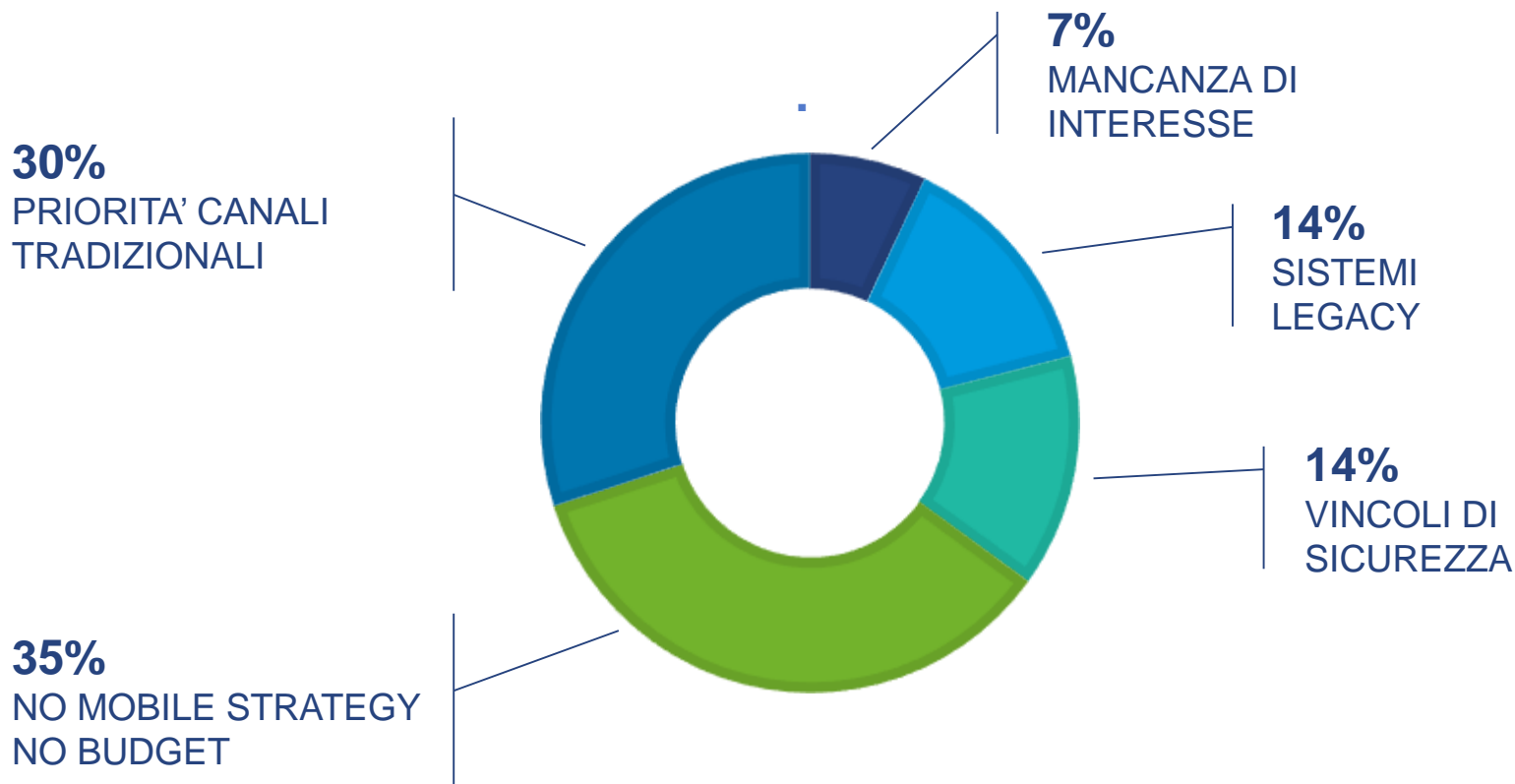


## SURVEY: APPLICAZIONE MOBILE COME CANALE

### UTILIZZI



# SURVEY: E ALLORA.. PERCHÈ NON AVETE ANCORA INVESTITO?





# SURVEY: OBIETTIVI DEGLI INVESTIMENTI IN MOBILE



- ✓ **MOSTRARI COME COMPAGNIA INNOVATIVA**
- ✓ **MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE**
- ✓ **STARE AL PASSO CON I COMPETITORS**

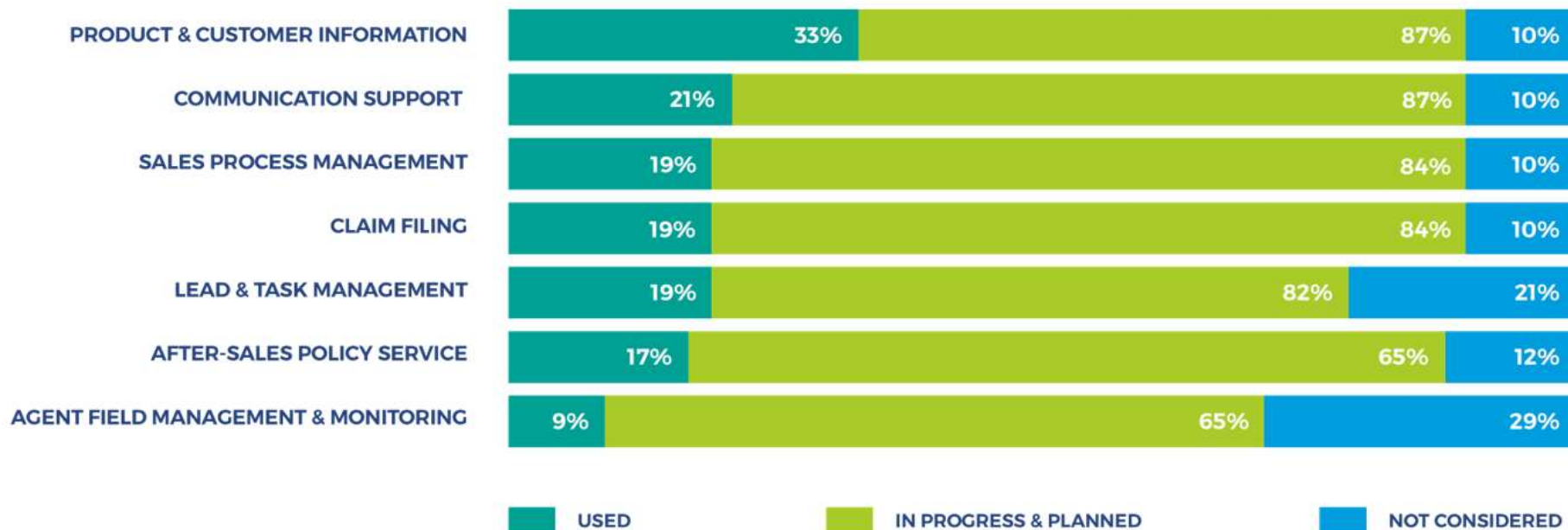
- ✓ **ACCONTENTARE IL CLIENTE**
- ✓ **MIGLIORARE LA PERFORMANCE OPERATIVA**
- ✓ **AUMENTARE I PUNTI E LA FREQUENZA DI CONTATTO CON IL CLIENTE**

- ✓ **NEW BUSINESS**
- ✓ **INCREMENTARE LE VENDITE**
- ✓ **RAGGIUNGERE NICCHIE DI MERCATO**

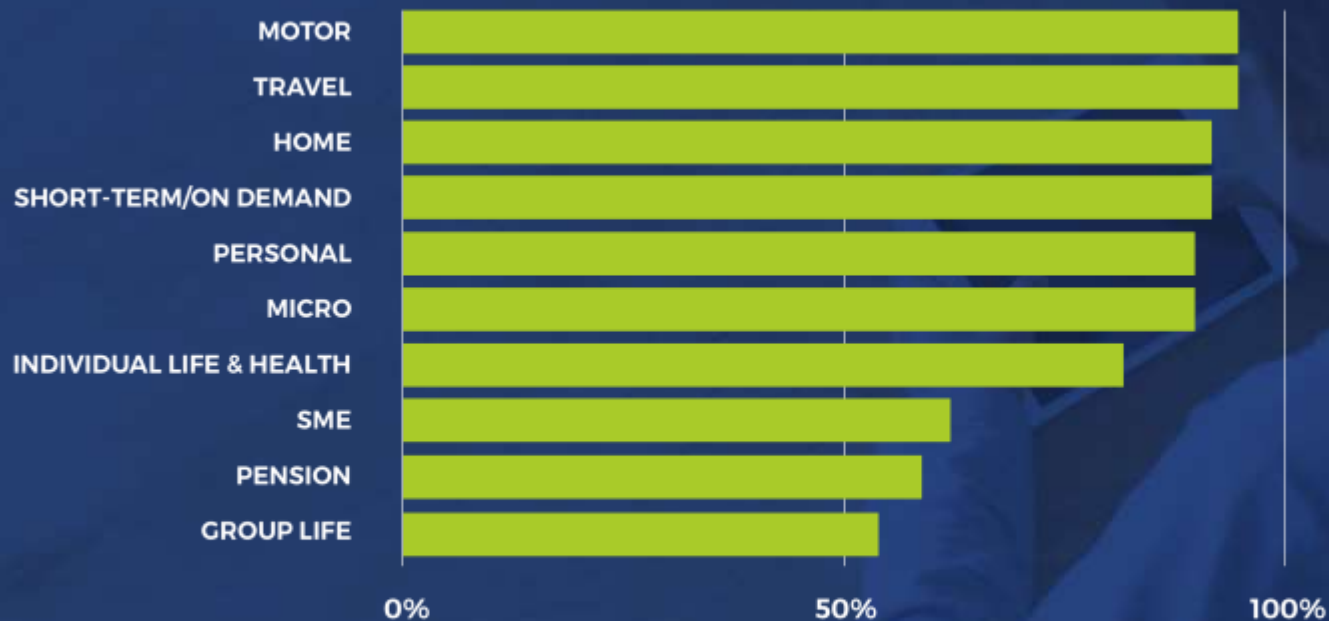
# SURVEY: FUNZIONALITÀ PER I CLIENTI CUSTOMERS



# SURVEY: FUNZIONALITÀ PER LA FORZA VENDITA



## SURVEY: QUALI PRODOTTI SONO PIÙ ADEGUATI?





**E I CLIENTI?**

**COMARCH**

## APTELIGENT: INSURANCE CUSTOMER VOICE

**25%**  UTILIZZANO I MOBILE DEVICES PER  
**ACQUISTARE LA POLIZZA**

**73%**  VORREBBERO  
**AVVISI E PROMEMORIA**

**43%**  UTILIZZANO I MOBILE DEVICES PER  
**FARE UN PREVENTIVO**

**71%**  VORREBBERO  
**ACCEDERE AI PROPRI DATI**

**50%**  UTILIZZANO I MOBILE DEVICES PER  
**INFORMAZIONI POLIZZA**

**71%**  VORREBBERO CONSULTARE  
**LA PRATICA DI SINISTRO**

# UNA COMPAGNIA SU QUATTRO

IN GRAN BRETAGNA

IGNORA GLI UTENTI  
MOBILE A CAUSA DI UN  
DESIGN INADEGUATO  
DELLE PROPRIE  
APPLICAZIONI

DOC9, 2017



**I REPORT DEFINITIVO SARÀ DISPONIBILE A GIUGNO 2017  
STAY TUNED TO EFMA & COMARCH UPDATES!**

**GRAZIE**