

Arriva la nuova compagnia assicurativa del gruppo Axa. Obiettivo: il 10% del mercato in 5 anni

# Quixa, in rete c'è l'agente personale

## Servizi on-line e al telefono. Investimento da 80 milioni di euro

DI ALESSIO ODINI

Il gruppo Axa scommette su internet e lancia Quixa, una nuova compagnia di assicurazione telefonica e on-line per auto e moto. Con un consulente personale sempre al servizio del cliente e una pagina web dedicata. Ma se Quixa punta molto sull'aspetto relazionale nel rapporto con il pubblico, la sua sfida al mercato non si fonda solo su questo elemento. La compagnia guidata da Giuseppe Dosi, che dopo aver seguito lo start-up della società è oggi presente in qualità di amministratore delegato, punta anche su multicanalità e prezzi competitivi. Secondo quanto dichiarato dall'azienda, infatti, personalizzando il prodotto, i clienti possono arrivare a risparmiare fino al 40% rispetto a un'assicurazione tradizionale.

Il confronto non è fuori luogo, perché Quixa non intende rivolgersi solo ai clienti delle assicurazioni dirette, ma anche a quelli delle assicurazioni tradizionali, aperti però alle nuove soluzioni proposte dal

settore. In altre parole, il target è quello degli uomini tra i 35 e i 54 anni, del Centronord, dal livello socio culturale medio-alto, attenti al prezzo e con aspettative di servizio elevato. È su di loro che la nuova società del gruppo Axa (67 milioni di clienti in 55 paesi nel campo delle assicurazioni e degli investimenti) ha messo a punto la strategia con cui conta di raggiungere una quota di mercato, relativamente alle compagnie dirette, pari al 10% in cinque anni. Ecco come: un investimento di circa 80 milioni di euro è un ulteriore sviluppo della struttura che raddoppierà il numero degli addetti entro la fine del 2009, passando da 45 a circa 100 persone. Ma anche un budget fra i 15 e 18 milioni di euro spalmati su 18 mesi, per quanto riguarda la comunicazione. La campagna, curata da Lowe Pirella, si avvarrà di MediaClub come centro media. Osservando la ripartizione sui vari mezzi di



La campagna stampa di Quixa

radio, invece, spetterà il 14% delle risorse.

«I nostri clienti non avranno a che fare con un call center, ma parleranno sempre con la stessa persona, un professionista assicurativo dedicato a ciascun cliente, assegnato fin dal primo contatto con la compagnia», ha dichiarato Dosi, «Quixa è la prima assicurazione diretta a valorizzare la relazione con l'agente, tipica delle assicurazioni tradizionali, mettendo a disposizione dei propri clienti un consulente personale in grado di venire incontro alle loro esigenze. Quixa è anche la prima compagnia del gruppo Axa ad applicare questo nuovo modello di business». Attorno alla figura del manager al servizio del cliente, ruota anche il concetto di multicanalità. I sottoscrittori di Quixa potranno contattare il proprio consulente personale attraverso un numero verde o direttamente su [www.quixa.it](http://www.quixa.it). Ognuno potrà disporre di una propria pagina dedicata, My Quixa, con tutti i preventivi richiesti e le polizze stipulate, nonché i riferimenti e la foto del suo consulente personale. Perché la voce al telefono non resti tale.



Giuseppe Dosi

comunicazione, balza all'occhio come tv (38%) e stampa (31%) continuo a fare la parte del leone, ma internet (17%) rappresenta poco meno della metà del primo mezzo su cui Quixa ha pensato di investire. Alla