

Mercenario, competente, imprevedibile. Che tipo di assicurato sei?

di Linda Iulianella 31 mag 2011 - ore 15:31

Una ricerca condotta dalla compagnia Quixa ha identificato 4 profili di cliente per l'assicurazione auto. Tra scelte e psicologia, ecco chi risparmia e chi no.

Può sembrare uno spot pubblicitario, ma non tutti gli assicurati sono uguali: ci sono i competenti, i mercenari, i fedeli e gli imprevedibili. A questo risultato è arrivata la ricerca "Stetoscopio, il sentire degli assicurati italiani", promossa dalla compagnia di assicurazioni Quixa e condotta dalla società Marketing Problem Solving, che hanno mappato gli usi e le abitudini dei clienti italiani al momento di scegliersi una polizza. Dallo studio sono emersi alcuni elementi distintivi che differenziano tra loro i clienti. E non tutte le categorie sono "propense" a risparmiare allo stesso modo.

A distinguere tra loro i consumatori ci sono soprattutto l'abitudine di confrontare tra loro le polizze e la disponibilità a cambiare società, mentre vengono valutate come importanti al momento della scelta il prezzo, la semplicità delle procedure e la chiarezza dei contratti.

Sulla base di queste distinzioni, la categoria dei "**competenti**" è quella più abituata a fare confronti tra le offerte delle compagnie, anche se non giudica le società solo dal prezzo: a motivare il cambiamento è di solito un'esperienza negativa che giustifica la fine del rapporto con la vecchia società.

Simili ai "competenti" sono i "**mercenari**": dietro questo termine di origine bellica si nascondono i consumatori per cui il prezzo è la principale risorsa, e che confrontano costantemente le polizze tra loro alla ricerca dell'affare. Per i mercenari le compagnie dirette sono una delle risorse principali, grazie ai prezzi ridotti e alla possibilità di costruirsi in autonomia un prodotto su misura.

Dall'altra parte della barricata rispetto ai mercenari ci sono invece i “**fedeli**”, clienti che difficilmente cambiano compagnia e che si interessano poco ai confronti tra i vari prezzi. La scelta originaria della società con cui stipulare un'assicurazione è quasi sempre dovuta a raccomandazioni di parenti o amici. Scarsa fiducia nei confronti delle assicurazioni online e grande importanza riversata nel rapporto personale con l'agente fanno di questi consumatori i clienti più fidelizzati, ma che difficilmente scelgono le soluzioni più convenienti. A queste tre categorie lineari, si aggiunge quella degli “**imprevedibili**”: consumatori che si fanno guidare dall'istinto, alla ricerca del prezzo migliore ma con una certa preferenza per le società tradizionali.

Dalla ricerca di Quixa si capisce quale importanza stiano acquisendo gli strumenti per la comparazione delle polizze auto per almeno due profili di consumatori. La maggiore propensione ad affidarsi a compagnie dirette, caratteristica di competenti e mercenari, garantisce inoltre un risparmio considerevole per questi clienti. Realizzando un test con il [servizio di comparazione assicurazione auto di Supermoney e SoldiOnline](#), abbiamo evidenziato come la stessa categoria di guidatore può risparmiare anche il 30% sull'[assicurazione auto](#) affidandosi a una società diretta, rispetto a una compagnia tradizionale. Un vantaggio che potrebbe far vacillare anche gli assicurati più fedeli.