

Reporto
ASSICURAZIONI

Compagnie online, ora la sfida è sull'assistenza

Andare a caccia di nuovi clienti battagliando sulle tariffe non è più possibile: non lo permettono i margini ormai ridotti al minimo. Ma le strade intraprese dalle società presentano garanzie e proposte interessanti, a partire dalle polizze sempre più personalizzate. Con notevoli sconti sulle coperture aggiuntive

LUIGI DELL'OLIO

Milano

Gli spazi per ridurre ulteriormente i margini sono ormai ristretti al minimo. Così la nuova stagione per le assicurazioni dirette si gioca su un terreno diverso rispetto a quanto si è visto fino a poco tempo fa ed è quello dell'assistenza personalizzata alla clientela. L'obiettivo è di competere sul terreno in cui tradizionalmente sono più forti le compagnie tradizionali, superando le resistenze che ancora permangono alla mancanza di una relazione "faccia a faccia".

Più assistenza. Eurostat ha calcolato che nel periodo tra giugno 2009 e giugno 2010 le polizze Rc auto vendute in Italia hanno registrato una variazione tendenziale della tariffa media pari al 7,7%, ma negli ultimi mesi il trend si è addirittura rinforzato, tanto da spingere l'Isvap a proporre modifiche normative per frenare la corsa.

In Europa l'Italia ha il record dei sinistri e dei danni fisici alle persone

Per altro, questo trend al rialzo non ha portato benefici alle compagnie, che nella maggioranza dei casi hanno chiuso il 2010 con una redditività tecnica negativa. Colpa di una frequenza di sinistri che non ha pari nel resto d'Europa (l'8,6% contro il 4,5% della Francia, anche per via della piaga diffusa delle truffe), così come alta è l'incidenza di danni fisici alla persona: (il 21,6% rispetto a una media Ue è del 10%).

Di fronte a questo scenario, anche per le compagnie dirette si è presentata l'urgenza di battere nuove strade per continuare a crescere. Innanzitutto ampliando i servizi di assistenza. Come nel caso di Dialogo, che garantisce assistenza illimitata per l'automobilista rimasto per strada a causa dell'auto in panne. Stesso discorso per Linear, che offre assistenza stradale per il veicolo e le persone coinvolte nei sinistri 24 ore al giorno. Direct Line, che nella ricerca Databank 2010 risulta la compagnia con i clienti più soddisfatti nel nostro paese (con 97,7 punti su 100, contro una media di mercato di 93,5, un livello elevato comunque), negli anni ha perfezionato il sistema di liquidazione dei sinistri, arrivando a una media di 15 giorni (rispetto ai 31 che costituiscono la media di mercato), attraverso una combinazione tra formazione degli addetti al call center e la creazione di una rete di carrozzerie convenzionate e ai Drive-In, centri di liquidazione immediata dove il cliente durante la perizia può direttamente ottenere il risarcimento.

A queste iniziative si aggiunge la previsione per tutte le polizze dell'opzione "soddisfatti o rimborsati", che consente ai nuovi clienti insoddisfatti di annullare il contratto entro 30 giorni dall'acquisto, rimborsando il costo della polizza al netto delle imposte e del contributo per il Servizio Sanitario Nazionale.

Soluzioni Web 2.0. I progressi della tecnologia non potevano lasciare indifferenti le compagnie dirette, che per tradizione sono più forti proprio tra i clienti più evoluti sui fronti Internet e cellulari. Così, se Genertel consente di fare la denuncia di sinistro e la ricerca della carrozzeria convenziona-

ta più vicina tramite iPhone, Genialoyd si focalizza sulla velocità di risposta ai quesiti posti via e-mail, tanto da essere arrivata a soddisfare il 55% delle domande entro 24 ore, mentre il restante 45% nell'arco delle 24 ore.

Quixa punta invece sulla figura del consulente personale: una volta effettuato il preventivo online, infatti, la compagnia comunica all'utente il nome del professionista (con tanto di foto) che lo seguirà di lì in avanti, dalla richiesta di informazioni alla stipula del contratto, dall'assistenza in caso di incidente alla gestione di modifiche o rinnovi contrattuali. Una strategia che si spiega soprattutto con l'obiettivo di conquistare l'ampia fascia di utenti che finora è rimasta lontana dai canali diretti proprio per la mancanza di una relazione personale con un agente.

Casa e infortuni. Finora il mercato delle compagnie dirette si è sviluppato quasi esclusivamente nel segmento della responsabilità civile auto, senza riuscire a farsi strada negli altri comparti del ramo danni. Un trend che le assicurazioni online ora cercano di invertire ampliando la propria offerta su questi fronti. Oltre al già citato caso di Genialoyd, con le sue polizze per l'abitazione e gli infortuni, Genertel propone la polizza Casa, che consente di tutelare la propria abitazione (e il patrimonio in essa contenuto), calcolati ciascuno in base alla metratura dell'immobile. Tre differenti livelli di copertura vengono resi disponibili dalla polizza multirischi di Linear, che include la responsabilità civile verso terzi per i danni eventualmente arrecati dal nucleo familiare o dagli animali domestici. Con la possibilità di estendere l'assicurazione anche ai

danni eventuali agli impianti idrici presenti nell'abitazione assicurata.

Sconti sulle coperture aggiuntive. Zurich Connect punta sulla fidelizzazione della clientela offrendo uno sconto del 15% per chi aggiunge una polizza furto e incendio (sconto che si estende alla Rc auto).

Alle famiglie guarda Genialoyd, con la previsione di uno sconto del 5% sui prodotti auto, moto, veicoli commerciali e camper e del 10% sui prodotti "Io e la mia casa" e Infortunio sulle polizze sottoscritte dai membri di uno stesso nucleo familiare. Stesso discorso per Zurich Connect, che consente di ottenere uno sconto sulla polizza della seconda auto di famiglia del 5% per la responsabilità civile e del 15% per le altre garanzie: incendio e furto, blukasko, cristalli, eventi naturali, eventi sociopolitici, infortuni del conducente, kasko e ritiro patente. Ammonta al 4%, invece, lo sconto sulla Rc garantito da Linear per la seconda auto assicurata.

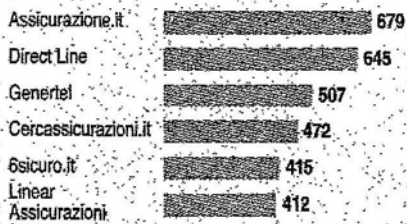
La segmentazione. Se è vero che i prezzi tra le dirette non possono crescere, per mantenere l'offerta competitiva rispetto alle compagnie tradizionali, è pur vero che occorre tenere sotto controllo i margini. Così si assiste a una crescente segmentazione dell'offerta. Genertel ha messo a punto polizze auto e moto costruite sulle esigenze di specifici segmenti di clientela, come nel caso di Genertel Donna (alla quale si

affiancano le polizze Altacilindrata, Giovani, Slow cost, Scooter Moto in viaggio), che prevede un bonus taxi fino a 100 euro se l'auto resta ferma dal meccanico, il bonus bambini, che copre eventuali danni a terzi causati dai piccoli in auto (ad esempio togliere il freno a mano o girare la chiave dell'accensione) e il bonus baby sitter, che consiste in una diaria da 50 euro al giorno (fino a 500 euro complessivi) per retribuire una professionista nella cura dei bambini in caso di infortunio a seguito di sinistro che comporti il ricovero della madre assicurata. Infine ConTe propone tre opzioni: Lista di guidatori (che consente di assicurarsi solo contro i sinistri provocati da uno dei guidatori abituali), Guidatori maggiori di 28 anni (fascia solitamente meno esposta ai sinistri) e Tutti i guidatori (che non pone limitazioni).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Assicurazioni online, la classifica dei siti

Utenti unici, in migliaia



Fonte: Audiweb su dati Nielsen; tick, 2010

Ecco, qui accanto, la classifica dei siti delle compagnie online

Crescono intanto le offerte per il ramo abitazioni e infortuni