

Analisi Sulle Assicurazioni: E Tu Che Assicurato Sei?

Alla ricerca della polizza perfetta la compagnia online Quixa ha promosso un'indagine "Stetoscopio – Il sentire degli assicurati italiani", portata avanti da Mps (Marketing Problem Solving) che, esaminando l'abitudini, dubbi e pensieri dei consumatori italiani nei confronti delle assicurazioni auto si prefiggeva l'obiettivo di capire cosa questi ne pensavano delle varie compagnie e come si ponevano verso di esse.

Partendo dal presupposto che esistono due elementi che influiscono sulla scelta finale della compagnia assicurativa da parte del consumatore, cioè da una parte la propensione a fare i confronti tra polizze, dall'altra la maggiore o minore apertura al cambiamento, arrivando poi a identificare i fattori che guidano i consumatori nell'acquisto della polizza (per lo più il prezzo, la semplicità delle procedura e la chiarezza delle condizioni contrattuali) che hanno così portato a definire 4 profili ideali e dai caratteri generali di assicurati.

I "Competenti", cioè quella tipologia di consumatore informato sulle assicurazioni, in grado di scegliere in maniera attenta e ponderata che si trova a cambiare compagnia in caso ad esperienze negative, legate soprattutto alla qualità del servizio, alla fine di un processo razionale slegato dalla mera convenienza economica.

Nella seconda categoria vengono inseriti i "Mercenari", cioè quella tipologia di consumatore che mette il risparmio davanti a tutto e finisce per scegliere l'offerta migliore in termini economici.

Privilegiando la logica del "massimo vantaggio al minimo costo", ad ogni scadenza della propria polizza tornano alla ricerca dell'offerta più vantaggiosa. Cultori del web poiché è in rete che riescono a trovare le maggiori informazioni sulle possibilità a loro disposizione.

Esistono poi i consumatori definiti "Fedeli" cioè coloro che mantengono la stessa compagnia, spesso già utilizzata da altri componenti della famiglia, poco inclini a esaminare alternative e raramente le loro esplorazioni portano ad un reale cambiamento optano quasi sempre per assicurazioni di tipo tradizionale, difficilmente si rivolgono ad internet.

Infine troviamo gli "Imprevedibili", guidati soprattutto dall'istinto, le loro decisioni d'acquisto possono subire imprevedibili cambiamenti a causa di esperienze negative con la compagnia con la quale sono assicurati a causa dell'inefficienza del servizio di quest'ultima. Si trasformano così in esploratori frenetici in cerca di una nuova assicurazione economica in grado di garantire reperibilità dei referenti e un servizio "tutto compreso".