

Prezzo e abitudine, così si sceglie la polizza

Una ricerca rivela quali sono i criteri con cui gli automobilisti sottoscrivono l' Rc auto

27/05/2011



Sicuramente conta il prezzo, ma anche l'abitudine fa la parte del leone nella scelta di una polizza assicurativa. In un mercato ampio, tra assicurazioni tradizionali e online, l'offerta per i consumatori si fa ampia, ma spesso le dinamiche che portano ad acquistare una polizza invece che un'altra sono dettate da motivazioni diverse. Lo rivela la ricerca "Stetoscopio, il sentire degli assicurati italiani", promossa dalla compagnia diretta Quixa e condotta da Mps - Marketing problem solving, e presentata ieri a Milano: la maggior parte degli automobilisti sono spinti soprattutto dal prezzo, ma anche dalla semplicità

delle procedure d'acquisto e dalla chiarezza dei contratti. «Nel 2010 il settore delle assicurazioni online ha registrato una crescita, passando dal 4,5% al 6% del mercato assicurativo italiano - spiega Filippo Sirotti, vice direttore generale Quixa -: le persone, infatti, hanno imparato a guardarsi più intorno anche se spesso lo fanno per trovare conferma alle loro scelte». Esaminando soprattutto il fenomeno delle assicurazioni dirette, ovvero che operano on line o al telefono, la ricerca ha individuato quattro profili.

I competenti: sono i più attenti, che confrontano le diverse offerte e decidono di cambiare compagnia soprattutto per cercare un servizio migliore.

I mercenari: guardano di fatto solo al prezzo per avere un risparmio sul bilancio di casa. A ogni scadenza della polizza fanno nuovi preventivi, confrontano le offerte e scelgono la compagnia con il prezzo più basso.

I fedeli: sono tradizionalisti e, per abitudine o pigrizia, non cambiano mai compagnia, ma si limitano a rinnovare automaticamente la propria polizza. Poco inclini a valutare alternative si fidano dei consigli di amici e parenti invece di valutare soluzioni anche più convenienti.

Gli imprevedibili: se si trovano male con la compagnia che già hanno, allora cambiano. Ma a spingerli non è la ricerca di un buon prezzo, piuttosto la certezza di trovare sempre qualcuno disposto ad aiutarli in caso di bisogno, meglio se esistono filiali in cui potersi recare per ogni evenienza.