

La scelta dell'assicurazione è tutta una questione di carattere

Alla ricerca della polizza perfetta. È l'obiettivo che si è prefissata l'indagine "Stetoscopio – Il sentire degli italiani", promossa dalla compagnia online Quixa e condotta da Mps (Marketing Problem Solving) che ha esaminato l'atteggiamento dei consumatori nei confronti delle assicurazioni auto per capire cosa pensano delle compagnie dirette. In premessa: i due elementi che influenzano maggiormente la scelta della compagnia sono da una parte la propensione a fare i confronti tra polizze, dall'altra la maggiore o minore apertura al cambiamento. I fattori, invece, che guidano i consumatori nell'acquisto della polizza sono per lo più il prezzo, la semplicità delle procedure e la chiarezza delle condizioni contrattuali. Da ciò si possono delineare quattro profili di assicurati. I "competenti" sono coloro che spesso operano confronti tra le offerte delle diverse assicurazioni e sono in grado di scegliere con consapevolezza. Decidono di cambiare compagnia in seguito a esperienze negative e l'acquisto della polizza è frutto di un processo razionale slegato dalla mera convenienza economica. Prediligono le compagnie online. Nella seconda categoria si collocano i "mercenari", coloro cioè che frequentemente si rivolgono alle assicurazioni dirette privilegiando la logica del "massimo vantaggio al minimo costo". Il risparmio infatti è il loro principale driver di scelta. Poi ci sono i "fedeli": sono piuttosto tradizionalisti e spesso continuano a rivolgersi alla stessa compagnia scelta da altri membri della famiglia. Sono poco inclini a esaminare alternative e raramente le loro esplorazioni portano ad un reale cambiamento. Ricorrono per lo più a compagnie di tipo tradizionale, alle quali sono fidelizzati di solito per un rapporto di conoscenza personale. Infine gli "imprevedibili", che si fanno guidare dall'istinto e le loro decisioni d'acquisto possono subire imprevedibili cambiamenti a causa di esperienze negative con la compagnia con la quale sono assicurati. Rincari del premio assicurativo e inefficienza del servizio li portano a esplorare freneticamente nuove alternative alla ricerca di un'assicurazione economica e che garantisca reperibilità dei referenti e un servizio "tutto compreso".