

# Arriva l'App di Cattolica Assicurazioni

Dopo aver digitalizzato i processi d'agenzia, la compagnia apre una nuova porta d'accesso ai clienti. Tagliata su misura e perfettamente integrata con la rete agenziale

**C**ambiano gli stili d'acquisto, cambiano le generazioni (iperconnesse) che si affacciano al mercato, cambiano i canali d'accesso all'informazione. E cambiano anche le assicurazioni. Che cambiano i modelli di business e rinnovano processi e prodotti.

Tra i protagonisti della svolta digitale in un settore spesso accusato di essere troppo "conservatore" c'è sicuramente **Cattolica Assicurazioni**. Con quali obiettivi, lo spiega **Carlo Alberto Crippa**, head of digital distribution & nuovi mercati, una funzione creata ex novo poco più di un anno fa, a dimostrazione di quanto la compagnia creda nelle potenzialità delle nuove tecnologie. «Il digitale offre una grandissima opportunità: quella di accorciare le distanze tra clienti, agenti e compagnie. Per noi vuol dire rendere sempre più semplici e accessibili i nostri servizi assicurativi, evolvendo anche lo stile di linguaggio verso forme più trasparenti e immediate. Alcune ricerche di mercato ci dicono che circa il 70% dei consumatori già oggi preferisce modelli di interazione ibridi, si attende un'esperienza multicanale dinamica e integrata, con il digitale a supporto dei canali fisici». Non solo: «Un altro vantaggio del digitale, il vero fattore dirompente», continua Crippa, «è che mette davvero il cliente al centro. Consentendogli un ruolo proattivo nella relazione, perché di sua iniziativa può informarsi, effettuare richieste, disporre operazioni. Naturalmente poi la compagnia deve sviluppare una gamma di prodotti e servizi che siano in grado di valorizzare appieno questa opportunità».

Ecco perché **Cattolica**, dopo aver digitalizzato tutti i processi d'agenzia, nella logica di migliorare l'efficacia commerciale e l'efficienza gestionale, lancia ora la sua App, ideata, progettata e realizzata per portare a un nuovo livello il rapporto del cliente con la compagnia. «Il lancio dell'App», ricorda il manager di **Cattolica**, «si inquadra negli obiettivi che abbiamo definito nel piano industriale 2018-2020. Con questa App di fatto rendiamo ac-

cessibile in mobilità al cliente finale alcuni servizi fondamentali, come l'accesso alle informazioni sulle polizze, le quotazioni rapide, la denuncia dei sinistri, il rinnovo e il pagamento delle polizze. L'integrazione e la forte sinergia con la rete fisica dei nostri agenti è la caratteristica chiave della nostra App, che credo la connota fortemente sul mercato. A ogni operazione che il cliente effettua in autonomia sull'App, infatti, si genera in tempo reale un'informazione sul portale della sua agenzia di riferimento e si apre una task, un compito nel processo di quell'agenzia. In questo modo il cliente può iniziare un processo sul digitale e concluderlo sul canale fisico in maniera perfettamente armonica, senza nessuna interruzione o perdita informativa. Significa soprattutto che l'agente è sempre informato e attivamente coinvolto nella relazione col suo cliente».

Il nuovo servizio di **Cattolica** strizza l'occhio ai nuovi target di clientela, i famosi millennial. Abituati a un'interazione più immediata e digitale. «Ma», dice Crippa, «secondo noi è uno strumento valido anche per tutti gli altri nostri clienti. Aggiunge una possibilità in più rispetto al canale fisico. Dà la possibilità di accedere in ogni situazione, in qualsiasi momento e in qualsiasi posto, a servizi e informazioni utili e necessarie. Si pensi per esempio a un cliente che deve rinnovare l'assicurazione RCA e non riesce ad andare in agenzia perché è via per il weekend».

Il lancio dell'App per **Cattolica** è solo il primo passo. «Abbiamo aperto una nuova porta di accesso e dialogo con il cliente», conferma



l'head of digital distribution & nuovi mercati. «Siamo all'inizio di un percorso che vogliamo continuare a percorrere. Strumenti come la telematica, l'IoT, il machine learning», spiega Crippa, «sono fondamentali per innovare prodotti e servizi. Come previsto nel piano industriale, Cattolica ha l'obiettivo di modificare il modello della tradizionale assicurazione, che è basato sul paradigma sinistro-rimborso del danno, con uno incentrato sul concetto di prevenzione e protezione del cliente. Seguendo questa logica, per esempio, l'anno

scorso abbiamo lanciato un prodotto nel mondo auto, Active Auto, che utilizza la telematica per misurare lo stile di guida e quindi incentivare il cliente a guidare in maniera più prudente ma anche, per esempio, per attivare in automatico l'assistenza in caso di necessità. E nei prossimi mesi abbiamo intenzione di lanciare una soluzione connessa per il mondo della casa e della famiglia. Vogliamo ripensare tutte le linee di business sulla base di questo cambio di paradigma».

## Identikit digitale e pagamenti smart

Quando si scarica l'App di Cattolica (disponibile gratuitamente su Apple Store e Google Play) e vi si accede per la prima volta, si ha la possibilità di costruire il proprio identikit digitale, fornendo informazioni su lavoro e famiglia, stili di vita abitudini e interessi personali. I dati raccolti vengono elaborati da un motore di intelligenza artificiale che provvede a personalizzare l'App stessa, tagliandola su misura del cliente. Il nuovo strumento, infatti, è in grado di analizzare i bisogni assicurativi di ogni utente, che potrà registrarsi e gestire la propria identità digitale per compiere, in ogni momento della giornata, attività "self-service". Una volta iscritto, il cliente avrà accesso alle informazioni relative alle proprie polizze e potrà denunciare un sinistro per polizze Auto e Rami Elementari, monitorando lo stato di gestione della pratica con possibilità di upload di documenti; avrà inoltre accesso immediato a tutti i servizi di assistenza previsti dalle polizze e la possibilità di rinnovarle tramite pagamento elettronico e processi completamente digitali. Il centro notifiche dell'applicazione lo avviserà di eventuali cambiamenti di stato delle sue pratiche o di scadenze in arrivo, tramite promemoria e alert, consentendogli di rimanere sempre in contatto con la sua agenzia attraverso un servizio di messaggistica asincrona e di scambio documenti; avrà infine a disposizione servizi di quotazione rapida per i principali prodotti Danni e Vita, con possibilità di chiedere un contatto e una consulenza al proprio intermediario.



*Tutti i dati e le informazioni contenuti nel presente focus sono stati forniti dal cliente, che ne garantisce la correttezza e veridicità, a soli fini informativi*



**Carlalberto Crippa**, head of digital distribution & nuovi mercati di Cattolica Assicurazioni