

primo piano
Carta addio

REGIS: l'innovazione in agenzia

*Intelligenza
artificiale
e Internet
al servizio del
cliente, spiega
Oreste Porreca,
responsabile
marketing
della Società Reale
Mutua
di Assicurazioni*

Riorganizzare i servizi di distribuzione assicurativa, per arrivare a predisporre un'offerta mirata e personalizzata in base alle esigenze della clientela. Questa la finalità di REGIS (acronimo di REengineerInG of the Insurance distribution Services), il progetto di innovativo modello organizzativo che la Società Reale Mutua di Assicurazioni di Torino sta realizzando con la collaborazione dell'Unione Europea, di IAMA Consulting (società milanese che si occupa di ricerche e studi in campo assicurativo e finanziario), del francese CAPA (associazione specializzata nell'analisi dei mercati) e di Diagramma, società informatica che si occupa di intelligenza artificiale applicata, in particolare, nello sviluppo di macchi-

ne capaci di autoadattamento. Si tratta di riprogettare le procedure esistenti al centro e in periferia, arrivando a mettere a disposizione di tutta la rete agenziale una serie di supporti informatici che permettano di rapportarsi al cliente in maniera diretta e "elettronica", ricorrendo alla stampa della polizza solo al momento della stipula del con-

tratto. "Il discorso di analisi, spiega Oreste Porreca, responsabile marketing di Società Reale Mutua di Assicurazioni, è stato ormai completato. I processi agenziali sono stati classificati sia per quanto riguarda gli oneri che i risultati. Abbiamo installato un prototipo in due agenzie, a Monza e Udine, in una fisicamente, nell'altra via Intranet, scegliendo tra l'altro due agenti che aderiscono a Giada, con l'intenzione di verificare la congruenza e integrabilità delle procedure di REGIS con il progetto informatico dell'Unione Europea Assicuratori.

Progressivamente, se tutto procede senza intoppi, estenderemo il servizio a tutta la nostra rete distributiva, sviluppando in modo nuovo i processi all'interno dell'impresa agenzia".

La mole di materiale cartaceo che oggi soffoca tanto il centro quanto la periferia di una compagnia di assicurazioni è destinata a ridursi drasticamente, così come i prodotti preconfezionati, a vantaggio di un'offerta più flessibile, realizzata "mattoncino su mattoncino", ovviamente nei limiti di determinati parametri di autonomia propositiva. Un agente dunque destinato a trasformarsi in consulente a tutto tondo, e non più compresso nel ruolo di semplice distributore sul territorio di polizze preparate altrove. "Al termine di questo la-

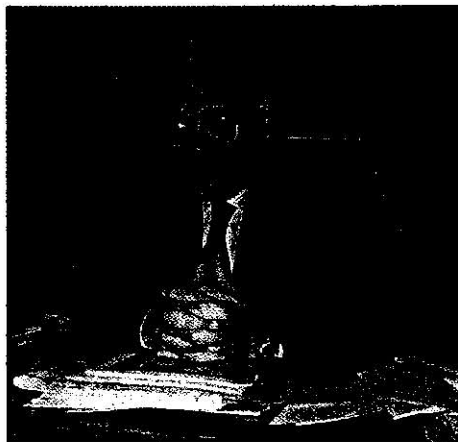
Fax in soffitta, arriva Intranet

Il superamento dell'utilizzo della carta nei processi di gestione aziendale è all'interno di Società Reale Mutua di Assicurazioni un approdo cui si giungerà progressivamente, e attraverso percorsi differenziati. "Al di là di REGIS, precisa Oreste Porreca, responsabile marketing, c'è anche un progetto per lo scambio di comunicazioni con le agenzie esclusivamente via Intranet, e la conseguente abolizione dei fax. Si comincerà dagli agenti che fanno parte della giunta e delle commissioni, per poi estendere il servizio a tutti gli altri". Le potenzialità della rete come canale relazionale interno alle aziende assicurative sono grandi, e tutte da esplorare. "E quando la legislazione lo consentirà, ribadisce Porreca, anche l'archivio storico sparirà definitivamente, sostituito da pratici Cd Rom. Il riconoscimento della firma elettronica è un primo passo in questa direzione, cui inevitabilmente dovranno seguirne altri".

voro, sottolinea Porreca, avremo configurato una struttura fortemente articolata e informatizzata in grado di reggere la competizione esistente in un mercato in profondo cambiamento nel quale i margini per le compagnie tradizionali saranno ridotti ed in cui dietro l'angolo si affacciano sempre più agguerriti nuovi distributori di prodotti assicurativi. L'obiettivo finale è certamente la valigetta telematica a disposizione di ogni produttore e collaboratore di agenzia, con la quale recarsi a casa del cliente, avendo già a disposizione tutti i dati che lo riguardano, necessari a formulare un piano personalizzato di assicurazioni e investimenti". A tutt'oggi, nelle agenzie pilota è disponibile un terminale navigando nel quale il cliente (già fidelizzato o potenziale) può verificare da

zia, oppure comodamente da casa propria) all'indirizzo www.dia-gramma.it l'utente trova una finestra che gli consente di chiedere chiarimenti assicurativi, interagendo con una memoria vasta e "intelligente".

"Se la domanda è già stata posta, dice il responsabile marketing di Società Reale Mutua di Assicurazioni, la risposta viene ripescata nell'archivio elettronico e immediatamente inviata via posta elettronica al richiedente. In caso contrario si procede a fornirgli, in maniera rapida, una risposta ex novo. E' importante sottolineare il fatto che le macchine utilizzate nell'ambito del progetto REGIS utilizzano il linguaggio dell'interlocutore finale, sono



Oreste Porreca,
responsabile
marketing di Società
Reale Mutua di
Assicurazioni

polizza come traguardo finale del processo, nella convinzione che l'informatica di ultima generazione sia uno strumento che può liberare l'agente da una serie di incombenze amministrative, supportandolo inoltre nella messa a punto della strategia di relazione con la clientela.

Ettore Grassano

Abbiamo installato un prototipo in 2 agenzie che utilizzano Giada, per verificare la compatibilità con il progetto di informatizzazione dell'UEA

solo, magari in attesa di essere ricevuto dall'agente, qual è lo spettro di soluzioni all'interno del quale può muoversi. Inoltre sbarcando su Internet (sempre dal terminale di agen-

programmate in base ad un registro semantico da uomo della strada, e non da operatore del settore, proprio per aumentare la loro efficacia".

Il cliente, dunque, e non più la