

CeTIF e ANAPA

IL MIO AMICO AGENTE



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



CeTIF - Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e Servizi Finanziari dell'Università Cattolica, dal 1990 realizza studi e promuove ricerche sulle dinamiche di cambiamento strategico e organizzativo nei settori finanziario, bancario e assicurativo. Inoltre è presente la struttura CeTIF Academy, scuola di Alta Formazione Universitaria, che si pone l'obiettivo di trasferire ai top e middle manager le conoscenze sviluppate in oltre vent'anni di ricerca.



STRATEGIA



FINANZA



INNOVAZIONE



DYNAMIC RESEARCH



KNOWLEDGE SHARING



ADVISORY



EDUCATION

UNO SCENARIO IN TRASFORMAZIONE



NETFLIX



BlackBerry



Marriott



BORDERS



amazon

IL RUOLO DELL'AGENTE

PERCHE' ABBIAMO BISOGNO ANCORA DELL'AGENTE

Un'evoluzione verso una figura consulenziale, data la:



complessità dell'offerta assicurativa e finanziaria;



necessità di personalizzazione delle soluzioni;



comportamento della domanda omnicanale;



esigenza di educazione alla cultura del rischio e della sua prevenzione.

LE CARATTERISTICHE DEL NUOVO AGENTE-CONSULENTE

ATTENTO ALLA
SOSTENIBILITA'

MINDSET
INNOVATIVO

NATIVO DIGITALE



ATTENTO ALLA
REPUTAZIONE

FORTE
COMUNICATORE

FORTI COMPETENZE
TECNICHE

A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands writing on a white sheet of paper. The person is wearing a light blue shirt. They are holding a black pen with a silver clip. The background is out of focus, showing more of the person and some greenery. A semi-transparent dark grey rectangle is overlaid on the image, containing the text.

Iniziativa “Il mio amico agente”

OBIETTIVO DEL PROGETTO “Il mio amico Agente”

L'obiettivo del progetto è stato quello di valutare, attraverso la compilazione di un questionario, le performance e le competenze di circa 200 agenzie aderenti al progetto.

Le risposte sono state trattate con un tool di analisi e sono andate a costituire uno scoring valutativo.

Alle agenzie che hanno raggiunto i parametri di eccellenza è stato riconosciuto un attestato di ANAPA Rete ImpresAgenzia e CeTIF - Università Cattolica del Sacro Cuore.



METODOLOGIA



DEFINIZIONE DEL PERIMETRO DELL'ANALISI

Numero di agenzie partecipanti;
aree da indagare.

STRUTTURAZIONE DEL QUESTIONARIO

Definizione delle singole domande e determinazione della modalità di somministrazione.

SOMMINISTRAZIONE DEL QUESTIONARIO E RACCOLTA DELLE RISPOSTE

Somministrazione del questionario nelle modalità prescelte e raccolta delle risposte.

ANALISI DELLE RISPOSTE E CREAZIONE DELL'OUTCOME REPORT

Le risposte sono state analizzate sia a livello aggregato che per singola agenzia. Il risultato è l'outcome Report redatto da CeTIF.

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI E CONSEGNA DEGLI ATTESTATI

Presentazione da parte di CeTIF ad ANAPA delle risultanze emerse dall'analisi posta in essere e consegna degli attestati alle agenzie.

ATTESTATO

La partecipazione all'iniziativa ha consentito di candidarsi per un attestato rilasciato da ANAPA Rete ImpresAgenzia e CeTIF – Università Cattolica del Sacro Cuore.

L'attestato ha una durata annuale. Il progetto proposto si sviluppa su un arco temporale di 3 anni e prevede ogni anno il rinnovo di tale attestato.

L'attestato è ottenibile al raggiungimento di uno score definito su base parametrica dimostrando così di possedere requisiti di qualità e competenza professionale.





Principali evidenze emerse

STRUTTURA DELL'OUTCOME REPORT

AREA PUBBLICA

In questa prima parte del documento i dati e i grafici riportati sono aggregati, appartenenti alle agenzie aderenti all'iniziativa e a livello sistema ANAPA Rete ImpresAgenzia.

AREA PRIVATA

Questa parte del documento è riservata ad ogni singola agenzia aderente all'iniziativa.

Per permettere una migliore valutazione, è stato strutturato un benchmark su due livelli: un benchmark nazionale e un benchmark di tipo regionale, capace di fornire un valore di riscontro più preciso e granulare, specifico per area geografica, che permetta un confronto più fedele tra agenzie con simile collocazione geografica.

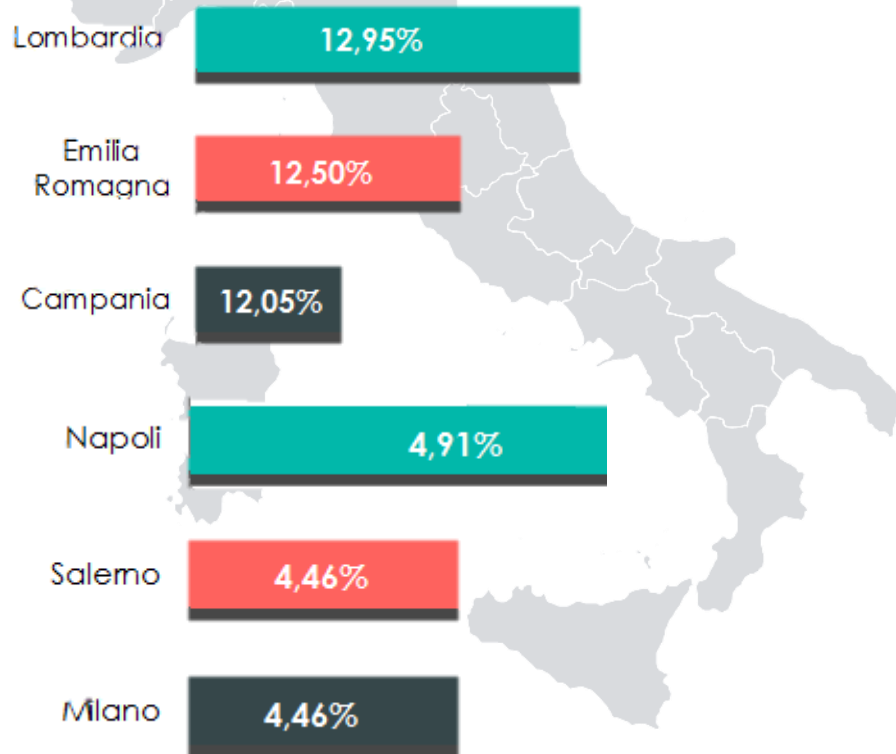
DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE

Regione

Il maggiore interesse all'iniziativa è stato rilevato in Lombardia seguita da Emilia Romagna e Campania.

Provincia

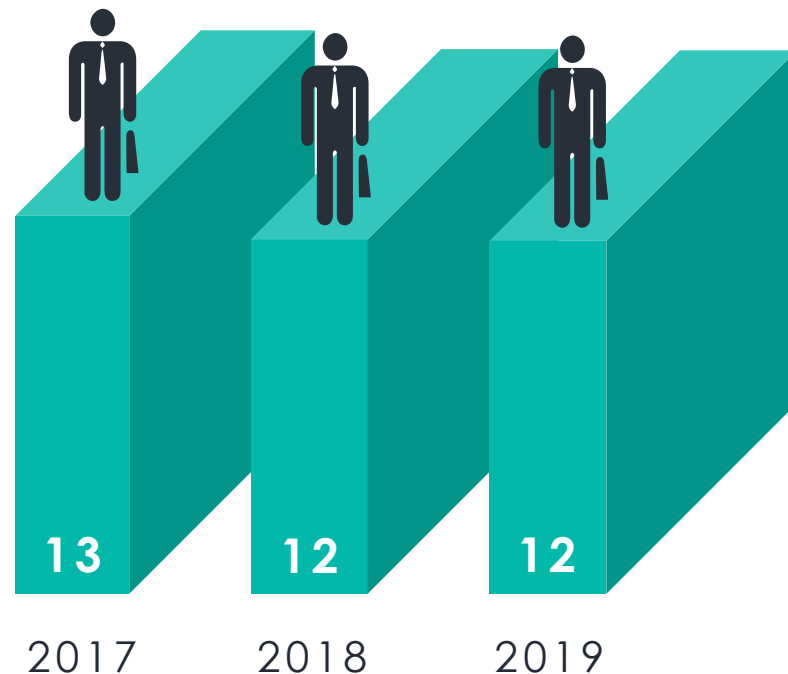
Le province che hanno registrato il maggior numero di adesioni sono: Napoli, Salerno e Milano.



COLLABORATORI DI AGENZIA

Questo dato rappresenta le risorse mediamente presenti nelle agenzie nell'arco temporale degli ultimi tre anni a livello nazionale.

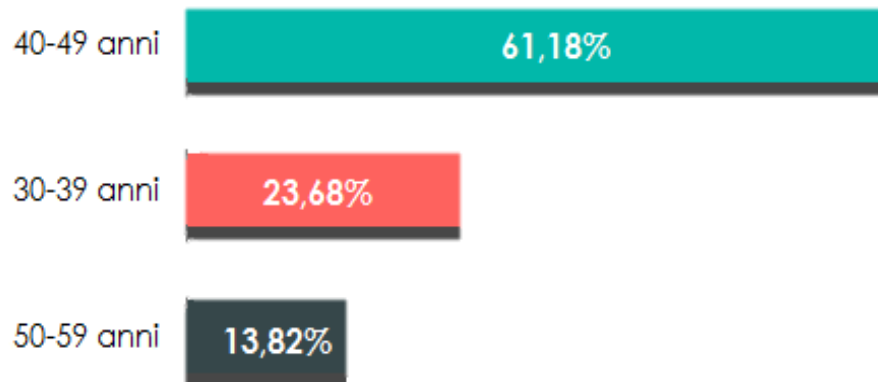
Si può evidenziare un trend costante nell'allocazione delle risorse.



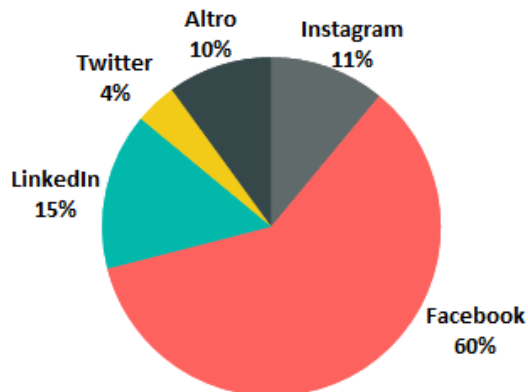
ETA' MEDIA DEI COLLABORATORI

Netta prevalenza della fascia compresa tra i 40 e i 49 anni.

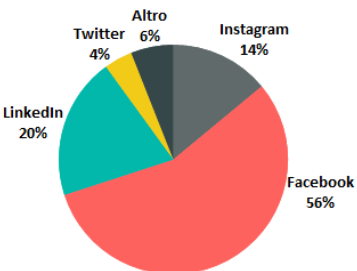
Considerando le fasce di età inferiori 30-39 anni e 20-29 anni, si ha una netta preponderanza di risorse in grado di garantire, in termini prospettici, una visione innovativa per fasce di clientela che nel prossimo futuro costituiranno la base per uno sviluppo delle attività delle agenzie.



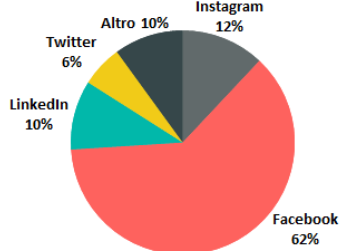
PRESENZA SUI SOCIAL NETWORK



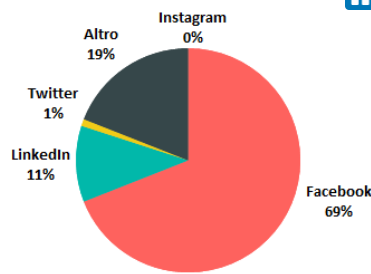
Nazionale



Nord



Centro



Sud

Facebook

I risultati dell'indagine vedono gran parte dello scenario Social occupato da Facebook, che è utilizzato da circa il 60% delle agenzie.

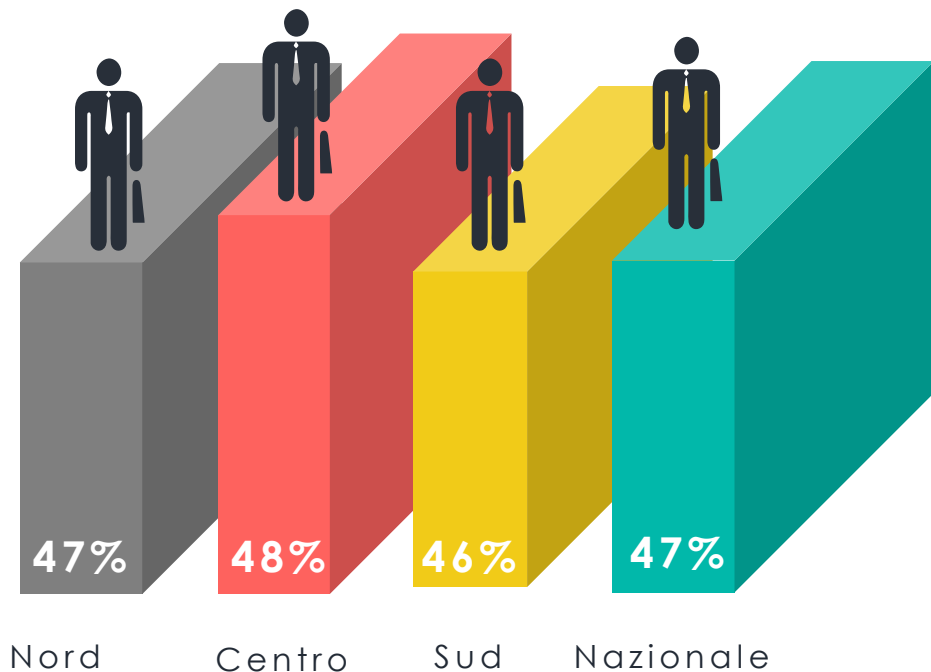
LinkedIn & Instagram

Una parte marginale dello scenario Social è occupata da LinkedIn e Instagram. Questi ultimi si possono ritenere più interessanti per il loro trend evolutivo e per le opportunità che questi social offrono alle agenzie.

DIGITALIZZAZIONE DELL'AGENZIA

Dematerializzazione dei documenti cartacei

La percentuale rappresenta l'utilizzo dei documenti in formato digitale da parte dell'agenzia.

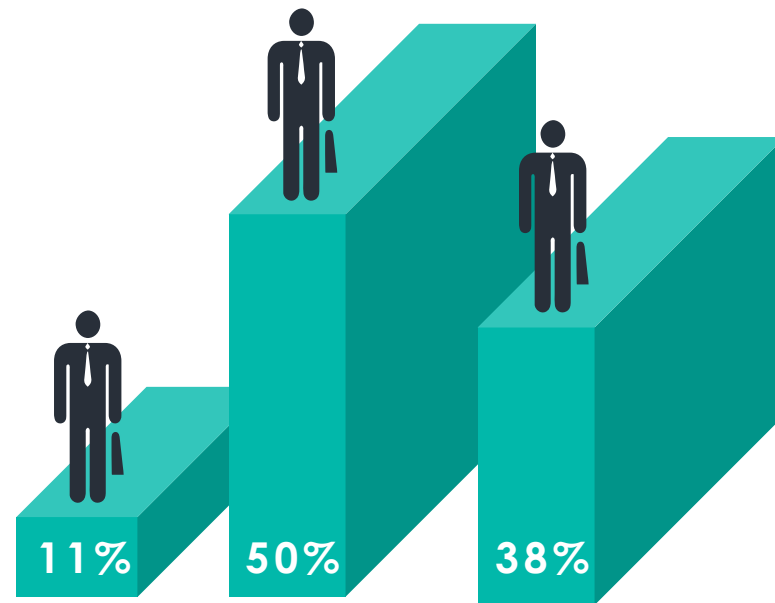


TEMPO DI STIPULA - Vita

Polizza Ramo Vita

Il grafico rappresenta in percentuale il tempo necessario che intercorre tra il primo contatto con il cliente e la stipula della polizza per il ramo Vita.

Le agenzie Best Practice possono vantare un tempo di stipula nel rapporto con il cliente ridotto, che permette di finalizzare la stipula del contratto nell'arco di 24 ore.



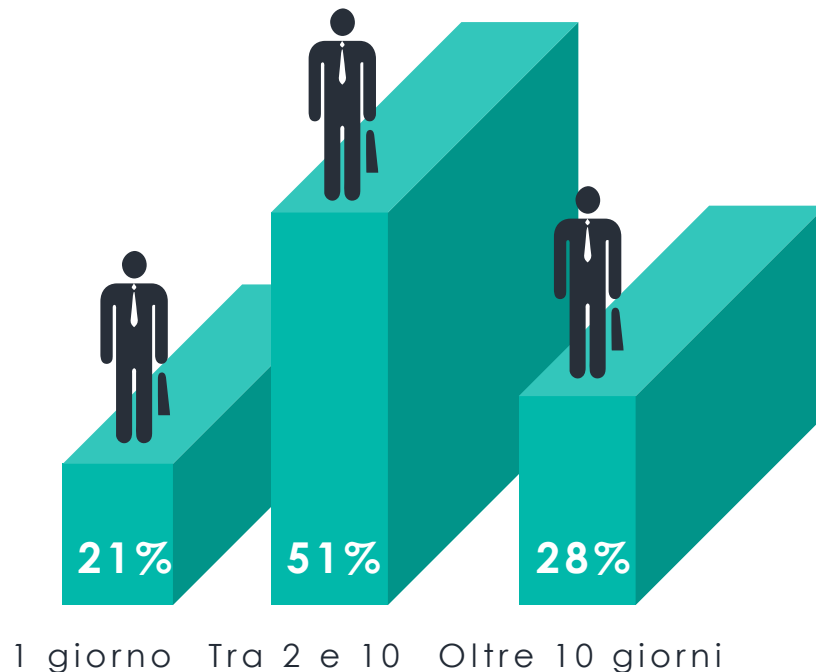
1 giorno Tra 2 e 10 Oltre 10 giorni

TEMPO DI STIPULA - Danni non Auto

Polizza Ramo Danni non Auto

Il grafico rappresenta in percentuale il tempo necessario che intercorre tra il primo contatto con il cliente e la stipula della polizza per il ramo Danni non Auto.

Le agenzie Best Practice possono vantare un tempo di stipula nel rapporto con il cliente ridotto, che permette di finalizzare la stipula del contratto nell'arco di 24 ore.



TEMPO DI STIPULA - Danni Auto

Polizza Ramo Danni Auto

Il grafico rappresenta in percentuale il tempo necessario che intercorre tra il primo contatto con il cliente e la stipula della polizza per il ramo Danni non Auto.

Le agenzie Best Practice possono vantare un tempo di stipula nel rapporto con il cliente ridotto, che permette di finalizzare la stipula del contratto nell'arco di 24 ore.



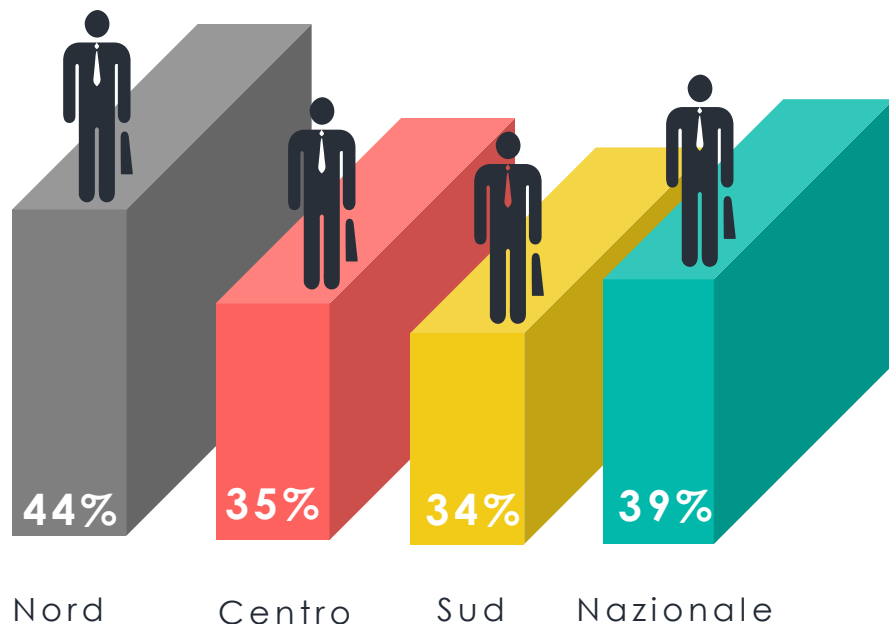
CROSS-SELLING

Clienti con prodotti di ramo diverso

Il grafico rappresenta la percentuale di clientela dell'agenzia su cui si è effettuato cross-selling.

Il campione analizzato presenta un'adeguata differenziazione dell'offerta ai propri clienti.

Le agenzie Best Practice possono vantare una percentuale di clienti con prodotti di ramo diverso superiore al 70%.

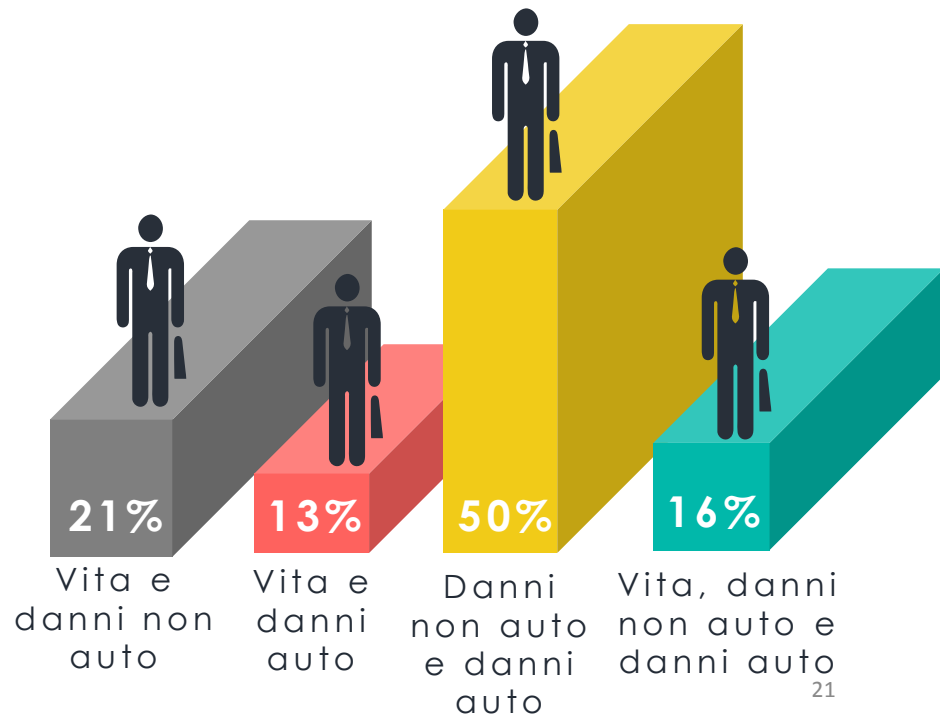


DIVERSIFICAZIONE CONTRATTI IN PORTAFOGLIO

Diversificazione contratti in portafoglio

Il grafico mostra la diversa segmentazione della clientela su cui si è effettuato cross-selling.

Le agenzie Best Practice possono vantare una diversificazione delle varie polizze in portafoglio (nella combinazione vita, danni non auto e danni auto) superiore al 35% con picchi di oltre il 50% in alcuni casi.



CONCLUSIONI



DIGITALIZZAZIONE

Nuove capacità di evolvere il modello di business verso nuove tecnologie in linea con le esigenze della clientela.




STRATEGIA COMUNICATIVA E PRESENZA ONLINE

La capacità di comunicare con il cliente e la capacità nella proposta di prodotti in rami diversi, consente di fornire una consulenza adeguata alle esigenze della propria clientela utilizzando nuove piattaforme.



PERFORMANCE COMMERCIALE

A low-angle, upward-looking perspective of several modern skyscrapers. The buildings feature glass facades and repetitive window patterns, creating a sense of height and architectural scale. The sky is a clear, pale blue. A semi-transparent dark grey rectangular box is positioned in the center-right of the image, containing the text.

Grazie per l'attenzione

Get Connected

CeTIF, Centro di Ricerca su Tecnologie, Innovazione e Servizi
Finanziari

.....



02 72342590



@CeTIF1



cefif@unicatt.it



@cefifunicatt



Via San Vittore, 18 Milano



@cefif



www.cefif.it



MILANO

Via San Vittore, 18
20123

Headquarter