

Agent channel: "modelli di agenzia, ruoli e competenze per la consulenza assicurativa"

Publicati i risultati della ricerca sviluppata in collaborazione con Anapa Rete ImpresAgenzia che ha analizzato gli scenari evolutivi delle Reti e rilevato le competenze del personale, fornendo una fotografia del "capitale umano in agenzia".

Nel corso degli ultimi anni le reti agenziali assicurative italiane si sono trovate a dover fronteggiare numerose sfide lanciate dall'evoluzione del mercato (perdita di redditività, aumento della concorrenza e nuovi entranti, affermazione dei canali digitali). Se da un lato sono state identificate quali sono le leve del cambiamento che la rete agenziale deve attivare per non subire passivamente le mutazioni del contesto di mercato, dall'altra si registra ancora qualche ostacolo per la completa implementazione di tali modelli. La chiave del successo del nuovo modello di agenzia si deve basare non solo sull'innovazione ed il miglioramento dei processi, ma anche sul potenziamento del set di competenze del "capitale umano". La ricerca CeTIF-Anapa del 2015, condotta nel periodo giugno-dicembre, ha permesso di analizzare su un campione di circa 550 rispondenti, rappresentanti 12 Compagnie, l'evoluzione delle figure professionali e il livello delle competenze del personale di Agenzia.

Caratteristiche e dimensionamento delle Agenzie – Per quanto riguarda la composizione del portafoglio, i valori mettono in luce a livello di panel una "Agenzia campione" equilibrata: la componente Auto, pur rimanendo dominante e attestandosi oggi al 39% del mix complessivo, ha certamente un peso minore rispetto al passato. Il ramo Vita e la componente Danni (non auto) si dividono la restante parte del business con una quota rispettivamente pari al 30% e 31%. Per i prossimi anni si prevede un'ulteriore contrazione della componente Auto dovuta alla maggior concorrenza, in particolare delle Compagnie dirette, e ai premi medi annui in costante diminuzione. Le Agenzie saranno quindi maggiormente impegnate nella distribuzione del Vita e Danni per mantenere/accreocere la redditività del proprio portafoglio. In Agenzia operano in media 12 persone: 2 Agenti, 4 subagenti, 6 impiegati suddivisi tra front e back office.

Le competenze del personale di Agenzia – Dall'analisi delle competenze dichiarate dai rispondenti alla survey, Agenti e subagenti affermano di possedere un livello medio-alto di competenze tecniche di prodotto, capacità relazionali e di comunicazione, competenze commerciali, ritenendosi in linea con le esigenze della clientela assicurativa attuale e prospect. Per quanto riguarda il personale dipendente, risultano piuttosto limitate le competenze commerciali, mentre quelle amministrative (gestione documentale, apertura/rinnovo delle polizze, gestione sinistri, operazioni di cassa e contabilità) e normative (conoscenza delle norme e procedure di Agenzia, delle norme esterne e del codice assicurativo) raggiungono livelli massimi. Le competenze che in assoluto registrano il valore più basso, per tutti i profili analizzati, sono quelle Innovative, in particolare le abilità minori sono dichiarate rispetto alla gestione dei Social Media. Ciascuna figura professionale, comprendendone l'importanza, ha intenzione di aumentare le proprie skill e richiede uno specifico supporto formativo alla Compagnia di riferimento rispetto queste competenze. Tutte le Reti intervistate sono concordi nell'identificare le competenze innovative quale principale gap rispetto al mercato e ben il 43% dei rispondenti esprime la necessità di voler accrescere e approfondire proprio queste competenze.

Evoluzione della Rete Agenziale – Dall'analisi dello scenario di riferimento e della componente risorse umane, emerge l'esigenza per le Agenzie di revisionare il proprio assetto organizzativo. Una maggiore specializzazione dei ruoli (personale di front office vs. personale di back office), l'aggiornamento e la riqualificazione delle competenze del personale dipendente, l'identificazione e l'inserimento di figure professionali in grado di apportare nuove capacità ed esperienze rappresentano le principali leve che le Compagnie stanno valutando per supportare e garantire stabilità di lungo periodo alle Rete agenziale. La lente di ingrandimento delle Compagnie porrà nel prossimo futuro sotto esame il personale

dipendente, in modo particolare le figure dedicate alle attività amministrative. L'obiettivo unanime dichiarato dalle Imprese sarà quello di assistere queste figure con l'obiettivo di riqualificare le loro competenze, orientandole maggiormente alla relazione con il cliente, all'attività di front-office e accoglienza, e in alcuni casi persino alla vendita di prodotti e servizi assicurativi. Per rispondere ai cambiamenti del mercato si prevede anche l'introduzione di nuove figure professionali quali il "Team Manager" e il "Responsabile Innovazione/CRM". Team Manager: figura attualmente presente solo nelle Agenzie di maggiori dimensioni (sopra i 4 mln), supporta l'organizzazione e il coordinamento degli altri dipendenti sia di front office sia di back office. Supporta l'Agente nell'organizzazione del lavoro e delle risorse, mantiene sotto controllo lo stato di avanzamento delle attività in relazione agli obiettivi di Compagnie e di Agenzia prefissati. Responsabile Innovazione/CRM: figura attualmente non presente se non in alcune Agenzie particolarmente innovative e strutturate. E' responsabile della gestione dei canali digitali (web, mobile, social media), sia dal punto di vista del contenuto, sia della comunicazione e interazione con il cliente. E' inoltre responsabile del governo della relazione col cliente, con l'obiettivo di assisterlo dal primo contatto con l'Agenzia (sia che avvenga fisicamente in Agenzia, sia che avvenga tramite i canali digitali) fino alla gestione del sinistro. Dalle analisi dei dati della clientela è in grado di formulare proposte commerciali ad hoc, anche in riferimento a cluster di clientela, in ottica di up-selling e cross-selling. Ha anche il ruolo di referente e intermediario per le comunicazioni con la Compagnia, i Gruppi Agenti e le Associazioni di categoria. Un contributo fondamentale per l'evoluzione delle Agenzie sarà fornito dalle Compagnie che dovranno collaborare con le reti nella definizione di nuovi modelli agenziali, investire sulle competenze del personale, senza perdere di vista alcune tematiche strategiche sulle quali hanno già avviato numerosi cantieri: il miglioramento dell'efficacia commerciale (riduzione delle attività amministrative, introduzione di strumenti innovativi quali tablet, smartphone, mobile POS per l'operatività in mobilità, revisione degli spazi fisici e nuovi layout); la revisione dei processi volta a migliorare l'efficienza operativa dell'Agenzia (semplificazione dei processi e digitalizzazione della documentazione). "Siamo onorati di aver partecipato a questo prestigioso studio" ha dichiarato Vincenzo Cirasola, presidente di Anapa Rete ImpresAgenzia. "Ancora una volta si mette in evidenza come la crescita del business assicurativo debba passare attraverso la crescita del capitale umano, fulcro e cuore oggi come nel passato del modello dell'agenzia" continua Cirasola. "Abbiamo quindi in mano le chiavi e gli strumenti per poter affrontare le sfide del futuro e attuare i cambiamenti necessari per poter continuare a crescere anche nelle attuali condizioni di mercato", ha concluso Cirasola.