

Tornare a crescere

Quali innovazioni per rilanciare lo sviluppo

Il programma di studi Maestro, giunto alla settima edizione annuale, è da tempo una delle più qualificate occasioni di confronto fra agenti, compagnie e sindacati sui temi della distribuzione assicurativa. Quest'anno abbiamo scelto come tema della giornata quello dell'innovazione finalizzata al rilancio dello sviluppo delle agenzie e per questo abbiamo studiato un questionario che richiede una decina di minuti per la compilazione.

Ringraziamo fin d'ora tutti quelli che avranno la pazienza di rispondere alle domande perché il loro contributo è fondamentale alla realizzazione del progetto.

Il questionario può essere inviato via fax a IAMA al n° **02-86463809**, oppure via mail all'indirizzo ricerche@iama.it

INNOVAZIONE

L'innovazione da parte delle compagnie è necessaria per sviluppare il segmento "DANNI NON AUTO"
Quanto possono incidere i fattori elencati qui di seguito per favorire la crescita ?

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
Specializzazione di compagnia su un unico tipo di rischio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Specializzazione di compagnia per settore merceologico (Az. Edili, Fotografi, Gelaterie,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo nuovi prodotti per il segmento famiglie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo nuovi prodotti per il segmento liberi professionisti, artigiani, commercianti,...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo nuovi prodotti per il segmento PMI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miglioramento servizio verso il cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo delle componenti di assistenza e servizio al cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilità nel concedere mandati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allargamento dei criteri di assumibilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riconoscimento di maggior flessibilità tariffaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miglioramento dei livelli provvigionali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evoluzione dei sistemi di incentivazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo attraverso canali alternativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicazione verso i clienti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicazione verso gli intermediari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formazione tecnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formazione commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inserimento in agenzia di produttori di compagnia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miglioramento del data base clienti e delle sue funzioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Campagne su segmenti specifici di clientela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miglioramento degli uffici assuntivi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Velocizzazione dei processi di liquidazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Campagne pubblicitarie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prodotti standardizzati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prodotti più modulari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Studio di pacchetti per convenzioni aziendali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anche gli intermediari possono influire nello sviluppo dei "DANNI NON AUTO"
Quanto possono incidere i fattori elencati qui di seguito per favorire la crescita ?

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
Acquisizione di più mandati	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Figure specialistiche per area di business	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valorizzazione di figure generaliste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Figure specialistiche per segmenti di clientela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formazione di prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formazione commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo del business "famiglie"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sviluppo del business "PMI"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Studio di soluzioni per singolo cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ricerca e commercializzazione di un prodotto adeguato al bisogno specifico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Specializzazione per settore merceologico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pianificazione commerciale di agenzia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ridefinizione degli obiettivi commerciali e degli incentivi per i collaboratori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controllo del business attraverso sales meeting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizzo del data base clienti come strumento di pianificazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incremento delle visite ai clienti per analisi dei bisogni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicazione sulla stampa locale, sponsorizzazione di eventi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizzazione di campagne di vendita mirate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Per sviluppare il segmento "DANNI NON AUTO" è fondamentale il ruolo del cliente
 Quanto possono incidere i fattori elencati qui di seguito per favorire la crescita ?

	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
Consapevolezza dell'esposizione al rischio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conoscenza delle soluzioni assicurative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Analisi dei bisogni fatta dall'intermediario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacità di spesa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obbligo assicurativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Congiuntura economica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storia personale (Avvio attività professionale, nascita di un figlio, acquisto di un immobile,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pubblicità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Passaparola di amici e parenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aver subito un sinistro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

AGENZIA

Forma di intermediazione

Agenzia con un unico mandato Agenzia con più mandati

Dimensione del comune sede

Fino a 2.000 abitanti Da 10 a 100.000 abitanti Oltre 250.000 abitanti
 Da 2.000 a 10.000 abitanti Da 100 a 250.000 abitanti

Provincia

Numero attuale agenti

Numero collaboratori

totale di cui part-time che collaborano anche con altre agenzie

Addetti amministrativi (incluse attività di segreteria)

Addetti commerciali non di compagnia (subagenti e produttori iscritti al RUI)

Produttori di compagnia

Nella struttura di vendita esistono una o più figure dedicate ad un'area di rischio specifica ?

No, tutti offrono tutti i prodotti Sì, esistono figure specializzate

Se esistono figure specializzate, quali aree di business seguono ? (anche più risposte)

Credito / Cauzioni Rischi azienda Sanità Vita / Prodotti finanziari
 Rischi professionali Rischi famiglie Altro, cioè _____

DATI DEL PORTAFOGLIO

Premi lordi incassati al 31 dicembre 2009 (in €) (inclusi i premi unici)

Fino a 1 Mln€ Da 2 a 3 Mln€ Da 4 a 5 Mln€
 Da 1 a 2 Mln€ Da 3 a 4 Mln€ Oltre 5 Mln€

Mix di portafoglio (fatto 100 il portafoglio complessivo, indicare la percentuale delle diverse aree di rischio)

Auto %
 Danni non Auto %
 Vita premi annui e unici ricorrenti %
 Vita premi unici %
 Totale portafoglio %

Percentuale dei clienti con almeno una polizza danni non auto sul totale dei clienti

 %

Percentuale del numero delle aziende sul totale dei clienti

Meno del 5% Tra il 5% e il 15% Oltre il 15%

IL PORTAFOGLIO DANNI NON AUTO

Mix della raccolta danni non auto per tipologia di cliente (fatto 100 il portafoglio danni non auto, indicare la percentuale di raccolta per target)

Famiglie / persone %
 Attività autonome (professionisti, artigiani, commercianti,...) %
 PMI / Aziende %
 Totale portafoglio %

Rispetto agli anni precedenti, come è stato nel 2009 l'andamento dei danni non auto relativamente a...

	Forte crescita	Crescita moderata	Stabile	Leggera diminuzione	Forte diminuzione
Ricavi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi variabili (provvigioni retrocesse ai collaboratori)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nuova produzione segmento famiglie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nuova produzione segmento PMI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nel 2009 come è stato il risultato dell' S/P dei danni non auto rispetto all'anno precedente

	Forte peggioramento	Moderato peggioramento	Stabile	Leggero miglioramento	Forte miglioramento
S/P danni non auto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Come prevede sarà nel 2010 rispetto al 2009 l'andamento dei danni non auto relativamente a...

	Forte crescita	Crescita moderata	Stabile	Leggera diminuzione	Forte diminuzione
Ricavi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costi variabili (<i>provvigioni retrocesse ai collaboratori</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nuova produzione segmento famiglie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nuova produzione segmento PMI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

L'ORGANIZZAZIONE DI AGENZIA

La sua agenzia dispone di un data base clienti ? Sì No

(Se sì) **Questo data base è usato per** (anche più risposte)

<input type="checkbox"/> Gestire le quietanze	<input type="checkbox"/> Analizzare / segmentare le polizze	<input type="checkbox"/> Analizzare / segmentare i Clienti
<input type="checkbox"/> Creare liste di Clienti target	<input type="checkbox"/> Pianificare l'attività di cross-selling	<input type="checkbox"/> Altro, cioè _____

(Se l'agenzia dispone del data base clienti) **Questo data base è usato da** (anche più risposte)

<input type="checkbox"/> Agente / Agenti	<input type="checkbox"/> Addetti amministrativi	<input type="checkbox"/> Subagenti
<input type="checkbox"/> Produttori	<input type="checkbox"/> Promotori finanziari	

Lo sviluppo dei rami danni nel segmento famiglie è seguito

<input type="checkbox"/> Da tutti, ognuno segue i propri clienti	<input type="checkbox"/> Solo da alcuni collaboratori
--	---

Se lo sviluppo dei rami danni nel segmento famiglie è seguito solo da alcuni collaboratori, di chi si tratta ? (anche più risposte)

<input type="checkbox"/> Agente / Agenti	<input type="checkbox"/> Addetti amministrativi	<input type="checkbox"/> Subagenti
<input type="checkbox"/> Produttori	<input type="checkbox"/> Promotori finanziari	

Per lo sviluppo dei rami danni nel segmento famiglie, si predilige ...

<input type="checkbox"/> Cross selling su clienti con sola polizza auto	<input type="checkbox"/> Cross selling su clienti con unica polizza	<input type="checkbox"/> Riforma prodotti già in portafoglio
<input type="checkbox"/> Ricerca di nuovi clienti	<input type="checkbox"/> Sviluppo attraverso campagne di prodotto	

La sua agenzia svolge attività di sviluppo del portafoglio danni non auto su famiglie non clienti ?

<input type="checkbox"/> Sì, sistematicamente	<input type="checkbox"/> Sì, saltuariamente
<input type="checkbox"/> No, ma vorrei farlo	<input type="checkbox"/> No, non lo ritengo un segmento profittevole

Se la sua agenzia svolge attività di sviluppo dei rami danni su nuove famiglie, quali elementi si considerano per selezionare le famiglie da contattare ?

<input type="checkbox"/> Attività del capofamiglia	<input type="checkbox"/> Età del capofamiglia
<input type="checkbox"/> Composizione del nucleo familiare	<input type="checkbox"/> Altro, cioè _____

Se la sua agenzia svolge attività di sviluppo dei rami danni su nuove famiglie, la comunicazione iniziale avviene mediante ... (anche più risposte)

<input type="checkbox"/> Contatti personale dell'agente/i	<input type="checkbox"/> Contatti personali degli addetti di agenzia	<input type="checkbox"/> Contatti personali dei produttori
<input type="checkbox"/> Telemarketing	<input type="checkbox"/> Pubblicità / Sponsorizzazioni	<input type="checkbox"/> Convenzioni con organizzazioni locali
<input type="checkbox"/> Altro, cioè _____		

Quale è il prodotto di entrata sulle nuove famiglie non clienti (Una sola risposta)

<input type="checkbox"/> Auto	<input type="checkbox"/> Infortuni	<input type="checkbox"/> Malattia
<input type="checkbox"/> Abitazione	<input type="checkbox"/> Responsabilità del capofamiglia	<input type="checkbox"/> Altro, cioè _____

Parliamo ora di PMI. Lo sviluppo di questo segmento di clientela è seguito da

<input type="checkbox"/> Da tutti, ognuno segue i propri clienti	<input type="checkbox"/> Solo da alcuni collaboratori
--	---

Se lo sviluppo dei rami danni nel segmento PMI è seguito solo da alcuni collaboratori, di chi si tratta ? (anche più risposte)

<input type="checkbox"/> Agente / Agenti	<input type="checkbox"/> Addetti amministrativi	<input type="checkbox"/> Subagenti
<input type="checkbox"/> Produttori	<input type="checkbox"/> Promotori finanziari	

Per lo sviluppo dei rami danni nel segmento PMI, si predilige ...

<input type="checkbox"/> Cross selling su clienti con unica polizza	<input type="checkbox"/> Riforma prodotti già in portafoglio	<input type="checkbox"/> Ricerca di nuovi clienti
<input type="checkbox"/> Sviluppo attraverso campagne di prodotto	<input type="checkbox"/> Altro, cioè _____	

La sua agenzia svolge attività di sviluppo del portafoglio danni non auto su PMI non clienti ?

<input type="checkbox"/> Sì, sistematicamente	<input type="checkbox"/> Sì, saltuariamente
<input type="checkbox"/> No, ma vorrei farlo	<input type="checkbox"/> No, non lo ritengo un segmento profittevole

Se la sua agenzia svolge attività di sviluppo dei rami danni su nuove PMI, quali elementi si considerano per selezionare l'azienda da contattare ?

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Il settore merceologico | <input type="checkbox"/> Il tipo di attività | <input type="checkbox"/> La dimensione dell'azienda |
| <input type="checkbox"/> La conoscenza dei titolari | <input type="checkbox"/> Altro, cioè _____ | |

Se la sua agenzia svolge attività di sviluppo dei rami danni sulle PMI, la comunicazione iniziale avviene mediante ... (anche più risposte)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Contatti personale dell'agente/i | <input type="checkbox"/> Contatti personali dei subagenti / produttori | <input type="checkbox"/> Relazioni sociali |
| <input type="checkbox"/> Telemarketing | <input type="checkbox"/> Pubblicità / Sponsorizzazioni | <input type="checkbox"/> Altro, cioè _____ |

Quale è il prodotto di entrata sulle nuove PMI non clienti (Una sola risposta)

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> RC Generale | <input type="checkbox"/> Copertura degli immobili industriali | <input type="checkbox"/> Infortuni dei dipendenti |
| <input type="checkbox"/> Infortuni dei titolari | <input type="checkbox"/> Malattia | <input type="checkbox"/> Credito / Cauzioni |
| <input type="checkbox"/> Trasporti | <input type="checkbox"/> Altro, cioè _____ | |

Quando una PMI è vostra cliente, studiate e proponete convenzioni dedicate ai dipendenti ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Sì, sistematicamente | <input type="checkbox"/> Sì, su richiesta |
| <input type="checkbox"/> No, ma intendo farlo | <input type="checkbox"/> No, non lo ritengo utile |

Se vengono proposte convenzioni ai dipendenti quali aree di rischio interessano ? (anche più risposte)

- | | | |
|-----------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Auto | <input type="checkbox"/> Infortuni | <input type="checkbox"/> Abitazione |
| <input type="checkbox"/> Malattia | <input type="checkbox"/> Altro, cioè _____ | |

Lei ha definito un sistema di incentivazione per i suoi collaboratori ? Sì No

Se ha definito un sistema di incentivazione interno all'agenzia, questo riguarda ...

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Solo il personale di vendita | <input type="checkbox"/> Tutto il personale di Agenzia |
|---|--|

Se ha definito un sistema di incentivazione interno all'agenzia, gli obiettivi sono personalizzati per ciascun collaboratore ?

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Sono tutti differenziati | <input type="checkbox"/> Sono definiti per tipologia di collaboratore | <input type="checkbox"/> Sono tutti uguali |
|---|---|--|

Il sistema di incentivazione dei collaboratori si basa su (anche più risposte)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nuova produzione vita | <input type="checkbox"/> Nuova produzione danni non auto | <input type="checkbox"/> Riforma portafoglio danni non auto |
| <input type="checkbox"/> Recupero polizze vita in scadenza | <input type="checkbox"/> Campagne di prodotto | <input type="checkbox"/> Altro, cioè _____ |

Per monitorare i risultati dei suoi collaboratori e pianificare le azioni future (anche più risposte)

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Indice riunioni mensili | <input type="checkbox"/> Indice riunioni settimanali | <input type="checkbox"/> Promuove incontri individuali |
| <input type="checkbox"/> Utilizza tabelle e grafici | <input type="checkbox"/> Solo a fine anno valuta i risultati di ciascuno | <input type="checkbox"/> Altro, cioè _____ |