

Ania

Associazione Nazionale
fra le Imprese Assicuratrici

La protezione della persona

Apertura della sessione

Luigi Di Falco

Responsabile Vita e Welfare

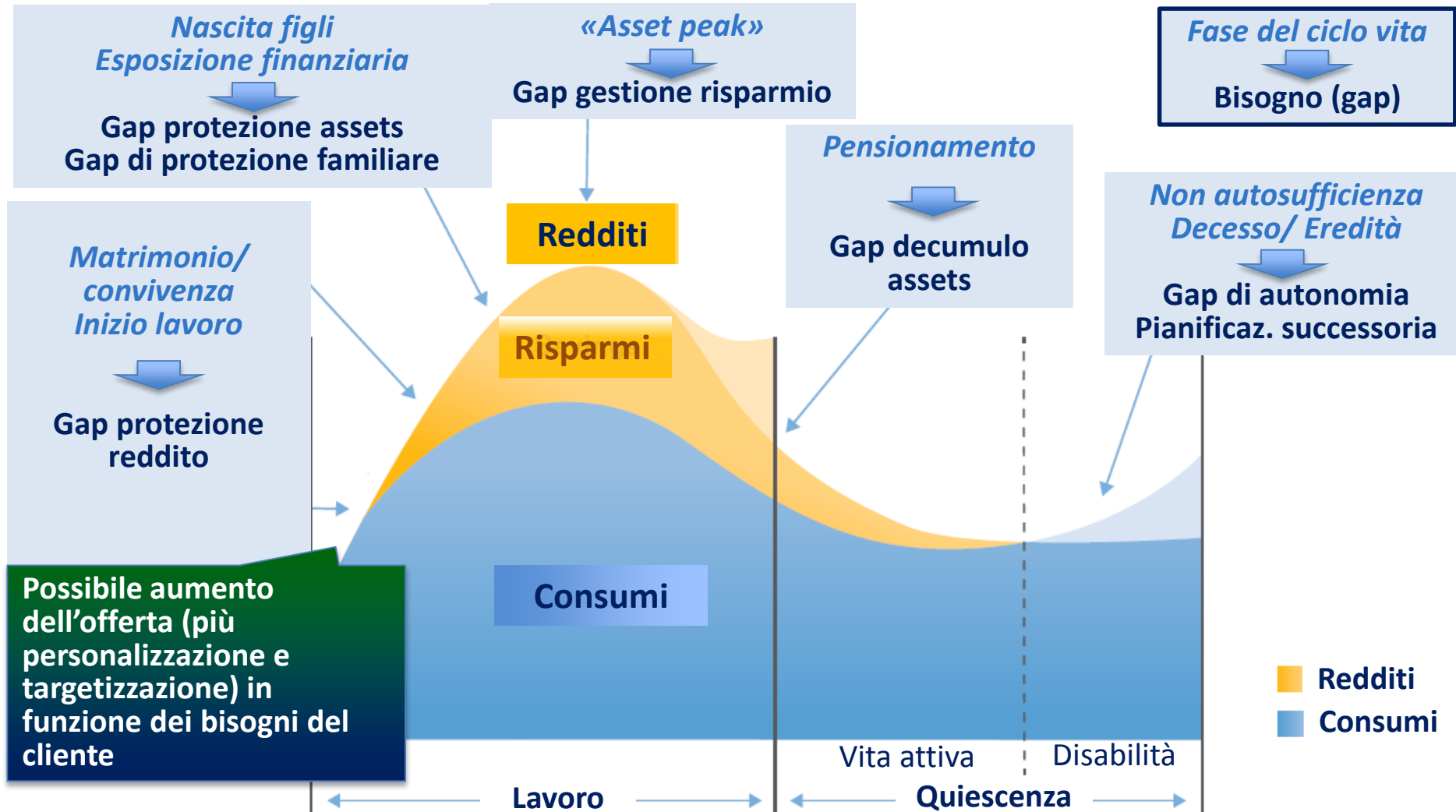
29 settembre 2016

Possibili linee evolutive della protezione

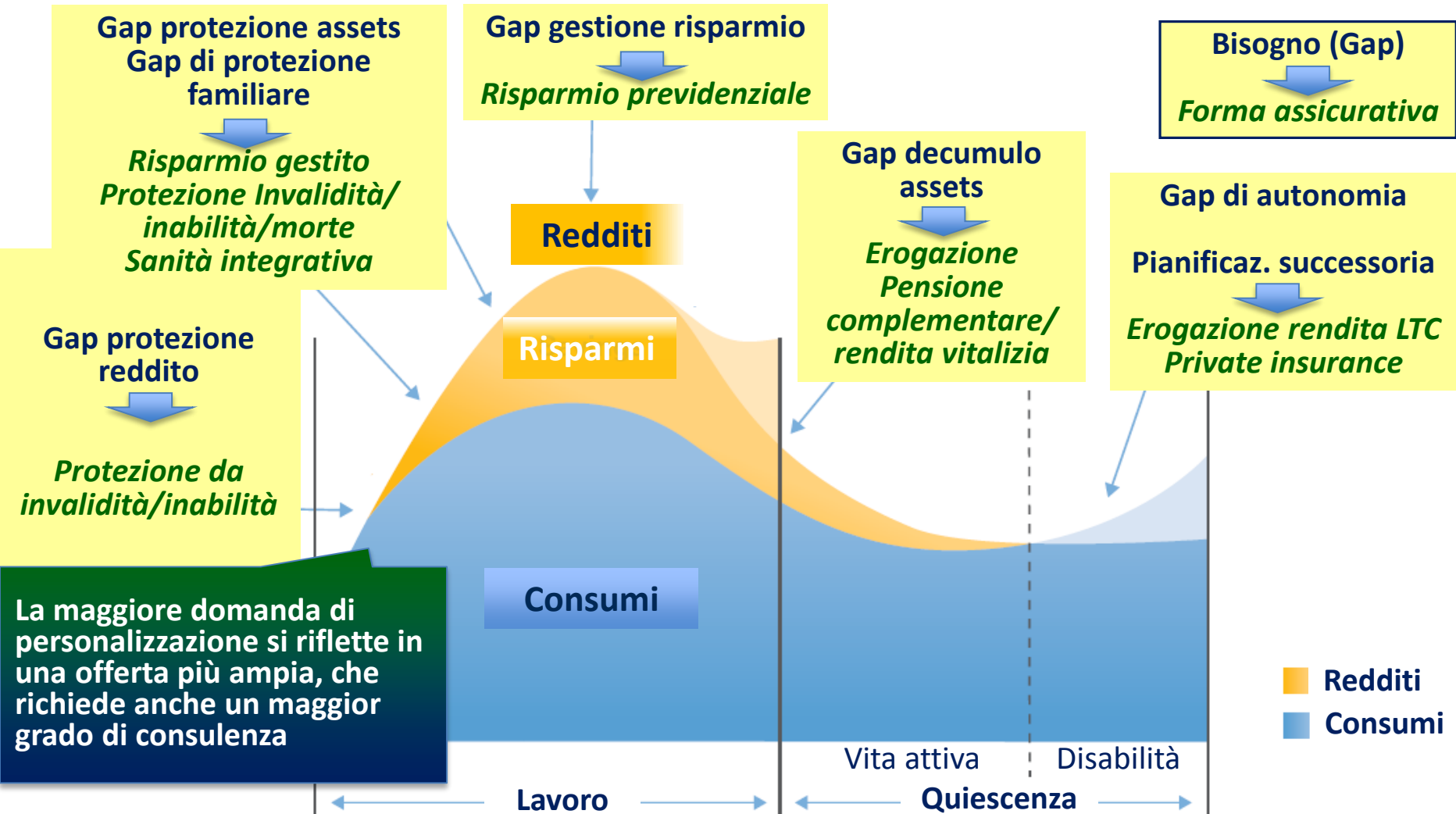


**Maggiore articolazione dell'offerta a fronte dell'articolazione dei
bisogni**

Articolazione offerta in base ai bisogni dei clienti



Articolazione offerta in base ai bisogni dei clienti (2)



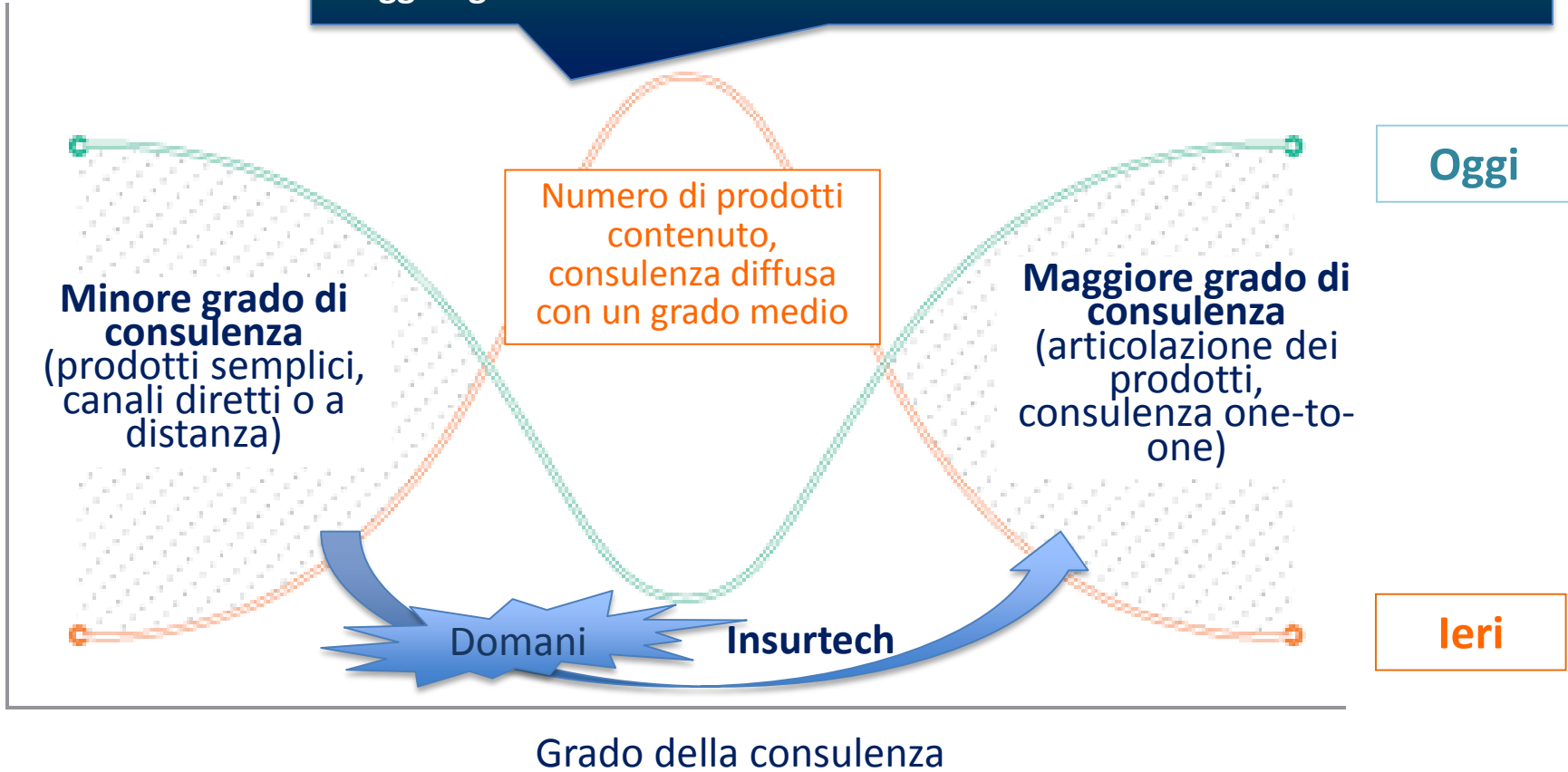
La maggiore domanda di personalizzazione si riflette in una offerta più ampia, che richiede anche un maggior grado di consulenza

Possibili linee evolutive: articolazione dell'interazione con il cliente

Possibile articolazione dei modelli distributivi e dei contatti con il cliente

L'aumento dell'offerta e della targetizzazione si riflette in una «polarizzazione» del modello distributivo: prodotti più semplici venduti da canali meno «advice-intensive», prodotti meno semplici venduti con maggior grado di consulenza associato

Intensità della domanda



Insurtech: da (banc)assicuratore a risk manager del cliente?

- L'incremento dell'utilizzo di device in autovetture, case e stili di vita delle persone rappresenta per il settore una opportunità di uso della telematica come driver di sviluppo e di migliore relazione con il cliente



- La connected insurance può già e potrà ancora di più in futuro permettere di:
 - ✓ registrare e aggiornare continuamente i profili dei clienti e le informazioni sulle loro aspettative
 - ✓ trasformarsi in risk manager continuativo del cliente attraverso la multicanalità dei contatti, i servizi non solo prettamente assicurativi, forniti attraverso partnership con device e service providers

Connected insurance: più interazione con il cliente, sempre



Oscar: esempio di customer engagement con l'assicurazione come «pivot»...

oscar

Startup che in California usa dati e tecnologia per rendere l'assicurazione un servizio via internet. Da 15.000 utenti nel 2014 ha da poco raggiunto i 125.000 e si sta espandendo sul territorio USA. Oggi è valutata 3 mld USD

1 Polizza malattia
(Rimborso
Spese
Mediche)

2 Viene regalato a tutti
gli assicurati un
Contapassi* collegato
al telefono (bluetooth)

3 La app fissa l'obiettivo
giornaliero
collegato a un reward
monetario predefinito
per acquisti vari



*Prodotto dalla MisFit



Fonte: Oscar

Vitality: programmi di reward pro comportamenti sani e sconti



1 Raccolta Vitality points

- **Understand your health:** check online stato di salute
- **Get active:** step giornalieri, monitoring frequenza cardiaca,..
- **Eat well:** weight watchers
- **Monitor your progress:** pressione, massa grassa...
- **Check-up :** ecg, check-up dentista, vaccinazioni, ...

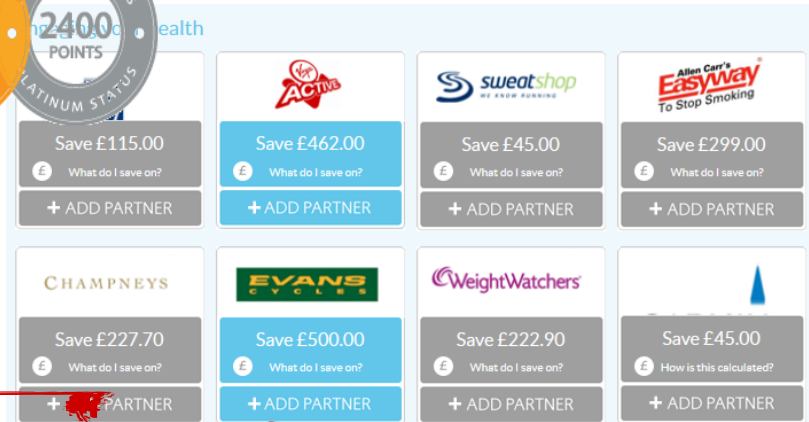
2 Raggiungere Vitality Status

Incentivo vs. comportamenti proattivi con accesso a offerte esclusive



3 Reward e sconti

Da Starbucks alle palestre..



I partecipanti non precedentemente impegnati in attività di fitness riducono i loro fattori di rischio per la salute del **13%**, quelli già attivi hanno visto una riduzione del **22%**

Fonte: Vitality

Discovery (*): offerta di loss prevention per target

(*) Servizio previsto nell'ambito dello schema di Loyalty Vitality



Polizza offerta a tutti i diabetici presenti nei piani sanitari della compagnia

1 Misuratore glucosio collegato al telefono (bluetooth)

2 Effettivo utilizzo quotidiano monitorato e incentivato (*)

3 Polizza assicurativa aziendale



Fonte: Discovery

All Life: assessment «real-time» del rischio



AllLife è una compagnia sudafricana che offre polizze vita e invalidità a target di clienti «non standard» come **malati di HIV o diabete o altre patologie**.

- 1** Il cliente accetta di aderire ad un protocollo medico rigoroso che prevede controlli e consulti regolari
- 2** I risultati sono trasmessi in automatico alla compagnia
- 3** Se un cliente non segue gli esami previsti o interrompe il trattamento, i benefici o la copertura possono essere abbassati o cancellati



La valutazione del rischio è aggiornata **ogni 3/6 mesi**

Beam: esempio di customer engagement con «pivot» non assicurativo



Start-up USA (Ohio)

1 Spazzolino elettrico collegato al telefono (via Bluetooth)



Prodotto innovativo

2 App per accesso network dentisti



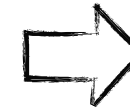
Servizio aggiuntivo

3 Polizza assicurativa

- Servizio offerto a cliente selezionato
- Possibilità di raccogliere dati e informazioni



Servizio aggiuntivo



Fonte: Beam

Framework della sessione

