

# Ania

Associazione Nazionale  
fra le Imprese Assicuratrici

## **La protezione della persona**

Apertura della sessione

Luigi Di Falco

Responsabile Vita e Welfare

29 settembre 2016

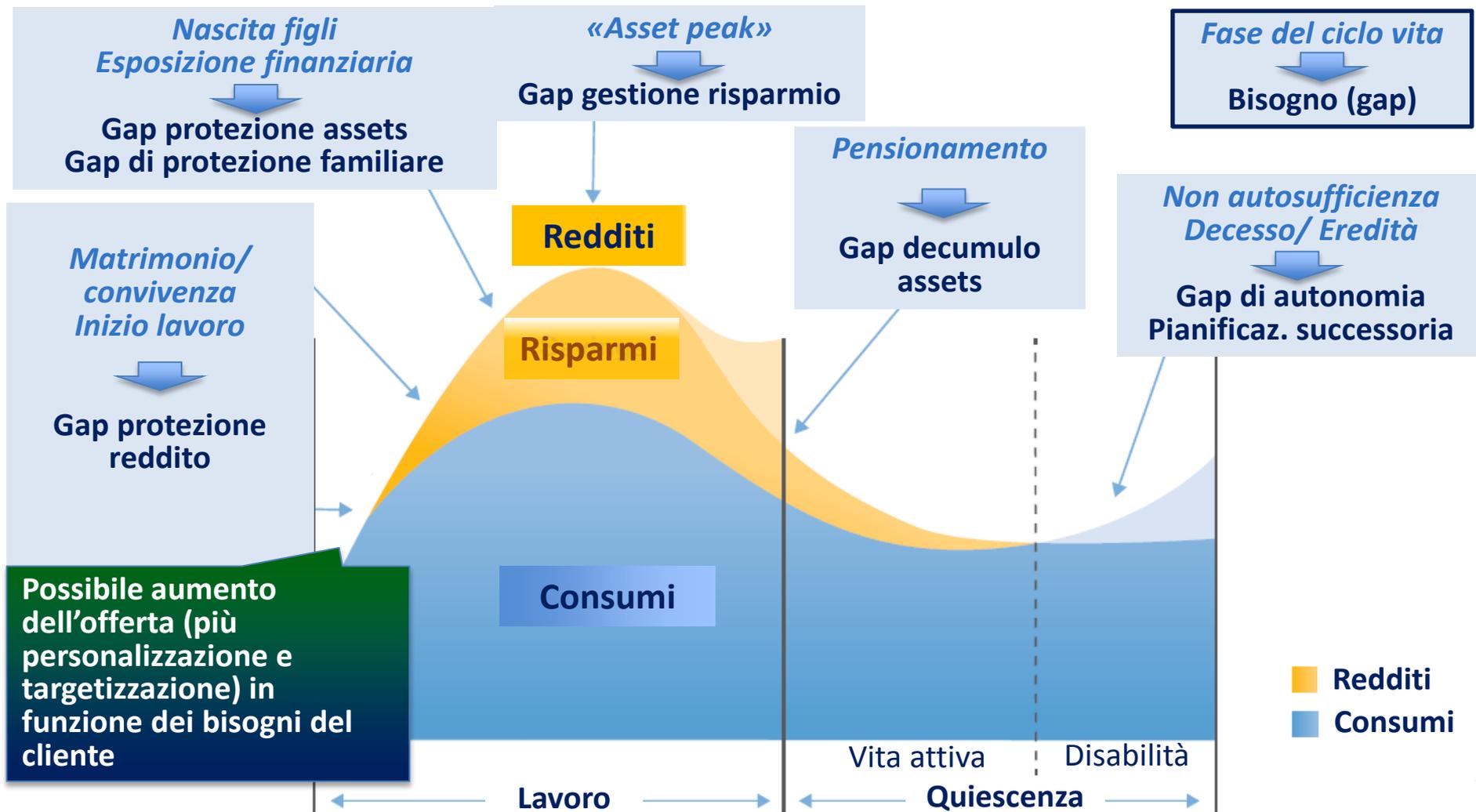
# Possibili linee evolutive della protezione



---

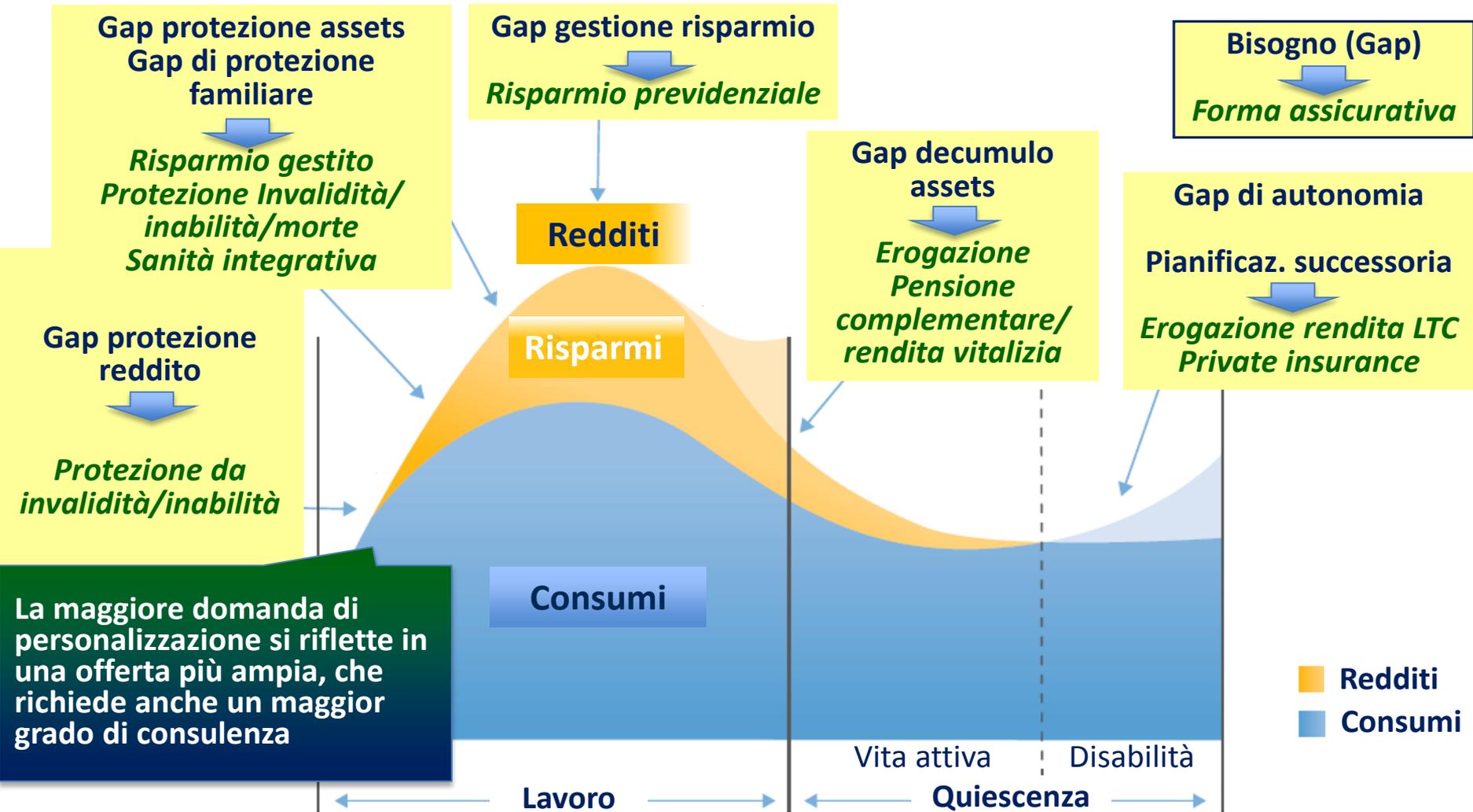
**Maggiore articolazione dell'offerta a fronte dell'articolazione dei  
bisogni**

# Articolazione offerta in base ai bisogni dei clienti



Possibile aumento dell'offerta (più personalizzazione e targetizzazione) in funzione dei bisogni del cliente

# 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, ...

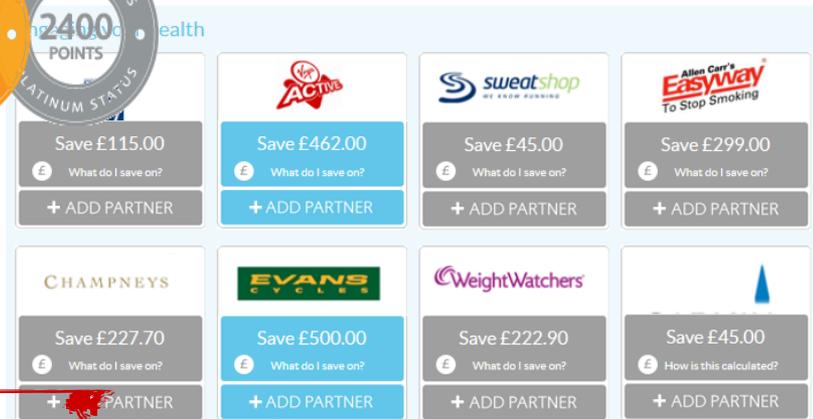
## 2 Raggiungere Vitality Status

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



Fonte: AllLife

# 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

