

Quello che crede l'intermediario, quello che dice il cliente ...

Il mercato assicurativo è attraversato da differenti cambiamenti: Internet, il marketing aggressivo dei nuovi attori, la deregulation dei servizi finanziari, le pressioni della compliance ... Se ne parla in un recente rapporto dell'EFMA e di Cap Gemini. Quello che colpisce particolarmente è lo scarto tra quello che credono gli uni e quello che pensano gli altri ...

L'Associazione europea di management e marketing finanziario (EFMA) e Cap Gemini hanno condotto un'indagine in sette paesi (Francia, Germania, Italia, Olanda, Spagna, Regno Unito e USA). Sono stati interrogati tramite telefono 350 distributori, 10.000 clienti sono stati contattati per mail e sono state condotte interviste dirette con cinquanta assicuratori.

L'indagine si basa sulle relazioni tra queste tre tipologie di attori. Il World Insurance Report 2007, che ne costituisce la sintesi, dovrebbe permettere di stabilire una diagnosi sullo stato del mercato e di formulare qualche indicazione per aiutare gli operatori a conoscere un mercato ormai mondiale e a scegliere le opportunità migliori.

Gli intermediari sovrastimano il valore della consulenza. Per i clienti conta invece il prezzo

Stando allo studio, la maggior parte dei distributori ha una percezione erronea del criterio determinante in virtù del quale il cliente prende le sue decisioni in materia assicurativa. I clienti pongono il valore di un consiglio professionale meno in alto di quanto fanno i distributori. Lo scarto di percezione è particolarmente significativo. Il fenomeno varia a seconda dei luoghi e dei prodotti, ma sembra che, per i clienti, il criterio chiave sia prima di tutto un prezzo competitivo e solo dopo vengono le specificità dei prodotti e la

qualità del servizio come criterio di differenziazione.

In Gran Bretagna, mercato molto competitivo nel quale il cliente è regolarmente bombardato da offerte concorrenziali e dove ci sono poche barriere allo "switching", la sensibilità al prezzo è molto forte. È in Olanda che la qualità della consulenza riveste la maggiore importanza, arrivando in seconda posizione. Altrove, questo criterio arriva dopo, a volte anche in quinta posizione, come negli USA.

Un cliente soddisfatto non è per forza un cliente leale

Molti assicuratori e distributori non hanno dati solidi sulla ragione per cui perdono i clienti. Il grande errore sarebbe di confondere un cliente soddisfatto con un cliente fedele.

Si tratta peraltro di una problematica

Il tema trattato in questo articolo è di suo interesse?

ASSINEWS

è la rivista che ogni mese la informerà su questo e tanti altri temi di tecnica, giurisprudenza ed attualità assicurativa.

SI ABBONI ORA!

➔ via web sul sito www.assinews.it

compilare il modulo alla pagina

<http://www.assinews.it/rivista/abbonamento.html>

➔ via fax al numero 0434.20645

compilare il seguente modulo - pagamento a ricevimento fattura



Abbonamento annuale alla rivista cartacea

- Compagnie, Banche **150,00 euro**
- Agenti, Broker, altri **110,00 euro**



Abbonamento annuale alla rivista + annualità 2005 su CD (volume unico)

- Compagnie, Banche **180,00 euro**
- Agenti, Broker, altri **140,00 euro**

Società/Nome

All'attenzione di

Via

CAP Città Prov.

Part. IVA/C.F.

Tel. Fax e-mail

PRIVACY Ai sensi dell'art. 13, D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 *codice in materia di protezione dei dati personali* i dati personali da Lei forniti saranno oggetto di trattamento nel rispetto delle disposizioni sopra richiamate. I dati verranno trattati per: esigenze amministrativo-contabili relative alla fornitura del servizio/prodotto da Lei acquistato; inviare materiale promozionale su prodotti e/o servizi analoghi di Assinform Srl; fini statistici. Il trattamento potrà effettuarsi con o senza l'ausilio di mezzi elettronici. Non è necessario richiedere il consenso al trattamento dei dati personali comuni inerenti gli obblighi contabili e fiscali in quanto imposto da obblighi di legge, mentre negli altri casi è facoltativo. Il rifiuto può tuttavia generare difficoltà ad onorare gli impegni. Le è riconosciuto l'esercizio dei diritti di cui all'art.7 legge n.196/03, in particolare può richiedere in ogni momento la conferma dell'esistenza o meno di dati personali che La riguardano e può chiederne la rettifica o l'immediata cancellazione. Può inoltre opporsi al trattamento, in tutto o in parte rispetto agli scopi sopra citati. Titolare e responsabile del trattamento dei dati è Assinform Srl. Per ogni comunicazione Lei può contattare Assinform Srl: via posta: Assinform Srl, Viale Dante, 12 33170 Pordenone; via fax: 0434.20645; via mail: info@assinews.it

Assinform Srl - Viale Dante, 12 - 33170 Pordenone - Tel 0434.26136 - fax 0434.20645 - info@assinews.it