

PROTAGONISTI



Nome: Genialloyd

Data di nascita: 1997

Al momento della costituzione la società si chiamava Lloyd 1885, modificato in Genialloyd nel 2002

Gruppo di appartenenza: Allianz

Indirizzo web: www.genialloyd.it

Numeri utili: 800.999999

Raccolta premi 2008: 224,9 milioni

Segni particolari: già in vendita una polizza vita online



GENIO E PRECURSORE

Genialloyd, compagnia diretta del gruppo tedesco Allianz, si è affermata sul mercato italiano ampliando progressivamente la propria offerta. Oggi la gamma comprende: polizze per auto, moto, veicoli commerciali e camper, ma anche soluzioni assicurative per la protezione della casa e della famiglia.

E poi ancora: polizze vita (On Life), gli infortuni e i

viaggi, fino ad arrivare ai prodotti di natura finanziaria come la carta di credito Viva Genialloyd, i mutui e i prestiti personali.

Nata come impresa innovativa, Genialloyd ha introdotto in Italia nel 1998 il commercio elettronico assicurativo, aprendo di fatto il mercato della distribuzione di polizze online di cui detiene ancora oggi il primato. Il sito web della compagnia ha totalizzato 6 milioni di vi-

sitatori nel 2008.

Negli ultimi otto anni la compagnia si è aggiudicata il premio Cai (ex Databank) dedicato ai clienti dell'Rcauto (nell'edizione 2008 i clienti hanno dimostrato un gradimento del 96,7% contro una media del settore che è del 95,1%).

La velocità di liquidazione dei sinistri dichiarata, inoltre, è di quattordici giorni, inferiore al resto del mercato.

CUSTOMER CARE ORA È LA VOLTA DELLE POLIZZE DEL RAMO VITA

Conosci il tuo cliente

Da due mesi ad di Genialloyd, la compagnia del gruppo Allianz, Leonardo Felician (nella foto), alle spalle un'esperienza di dieci anni in Genertel come fondatore e dg, ha le idee molto chiare: il canale internet può essere utilizzato per vendere più prodotti, occorre però saper interpretare le esigenze dei clienti.

Domanda. Il suo approccio fa presagire una diversificazione sempre più spinta per il futuro.

Risposta. Oggi l'offerta della compagnia è già molto variegata. E continueremo su questa strada, basti pensare a On Life, la nostra polizza vita temporanea caso morte del gruppo Allianz. Trovo straordinario che si riesca a vendere per telefono un prodotto del genere, è il primo caso in Italia. È il segnale che siamo sulla strada giusta. Naturalmente, occorre saper intercettare i bisogni del cliente, saper interpretare la domanda. Non fare solo marketing, altrimenti, si va fuori strada.

D. La competizione sul prezzo ha ormai margini ridotti nel settore delle assicurazioni. Su che cosa puntate per distinguervi dalla concorrenza?

R. L'attuale momento di crisi economica mette gli operatori del settore nella condizione di studiare iniziati-

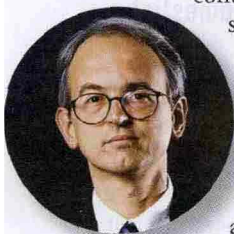
ve nuove e originali che possano consentire reali occasioni di risparmio. Ma è vero anche che è importante la soddisfazione del cliente, cosa sulla quale Genialloyd punta per mantenere gli elevati indici di gradimento raggiunti grazie anche alla velocità nella liquidazione dei sinistri.

D. Oggi siete al terzo posto nella classifica delle dirette, ma nuovi operatori si stanno affacciando sul mercato, come pensate di consolidare la vostra posizione?

R. Un po' tutte le compagnie stanno riducendo i prezzi per aumentare il numero di clienti, ma la vera sfida è secondo me quella di migliorare la selezione del rischio per poter essere più presenti in aree come il Sud, tradizionalmente trascurato.

D. Appunto, dal Sud le compagnie dirette fuggono...

R. Sì, ma stanno attente anche in alcune aree del Nord, considerate ad altro rischio di sinistrosità. Il problema non è geografico, ma di miglioramento della capacità di ponderare il rischio. Occorre saper giudicare utente per utente mettendo in campo la nostra capacità di relazione, a prescindere da dove sono residenti. Di recente abbiamo scritto a tutti i clienti per capire di che cosa hanno bisogno... abbiamo ricevuto una valanga di risposte che ci hanno confermato che la relazione uno a uno è vincente. E si può mantenere anche a distanza.



26 giugno 2009 **IL MONDO** . 27