

## MARK UP LAB

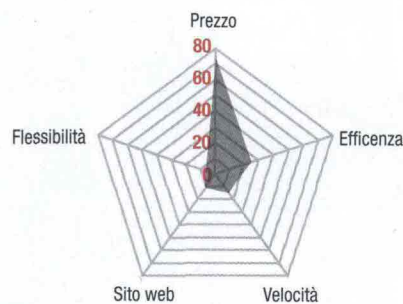
# Genialloyd supera l'esame della relazione online



**Le compagnie telefoniche sono ormai nella consuetudine di molti consumatori. Ma le esigenze degli utenti crescono**

## Mappa di approvazione...

indice al 75%



Le assicurazioni online sono nate per introdurre sul mercato nuovi modelli operativi, più competitivi e più economici per il consumatore. L'obiettivo è stato centrato e molti assicurati dimostrano la loro soddisfazione. Tra questi vi sono molti fans del web che trovano grande soddisfazione nel poter gestire in autonomia tutte le fasi. Ma l'online non è una soluzione adatta a tutti.

## Tutto sul web

L'utilizzo del social network da parte di Genialloyd è a 360°: Facebook, Twitter, Youtube e Google+. Nelle pagine web succitate la compagnia effettua un lavoro di aggregazione basato sulla customer experience. L'indagine effettuata e i risultati pubblicati in questo osservatorio, non prendono in considerazione questi luoghi digitali ma solo ciò che si può cogliere in rete in modo spontaneo. Tuttavia, i post presenti nelle 4 pagine "sociali", dove la compagnia opera direttamente, non sono qualitativamente dissimili dai risultati rilevati. Genialloyd è una società del gruppo Allianz nata nel 1996 con il nome Lloyd 1885; nel 2002 ha assunto l'attuale nome. Via web sono proposte polizze Rc auto, moto, veicoli commerciali, natanti, casa, infortuni e odontoiatriche. L'unica operazione offline prevista è l'invio del tagliando da apporre sul parabrezza.

di Francesco Oldani

Pareri sulle polizze Rc auto online che si possono leggere nel social network sono molto polarizzati: da una parte gli entusiasti, che farebbero ogni cosa online; dall'altra i detrattori che non si fidano di ciò che potrebbe accadere in caso di sinistro. In mezzo i "convertiti" che, migrando dal mondo fisico a quello online trovano soddisfazione, ma che sono maggiormente suscettibili a fronte di un'unica esperienza negativa, anche dopo molteplici positive. Entriamo nel dettaglio.

### L'incognita dell'operatore

Le compagnie online (e Genialloyd non fa eccezione), si basano su una progettualità che fa transitare ogni operazione via web.. Per risolvere ogni questione dove il web fallisce (o l'utente non comprende) è previsto un call center. Anche qui, le esperienze raccolte sul web sono polarizzate addirittura nei contatti, nei singoli episodi: non è raro che un sin-

### Prezzo

Se il consumatore appartiene al target della compagnia, il preventivo e la polizza conseguente hanno un prezzo competitivo. È la "selezione" all'origine che consente a Genialloyd di costruire un portafoglio competitivo. Ma un profilo adeguato è imprescindibile.

### Efficienza

Le compagnie online sono caratterizzate da un'attenta e precisa definizione dei processi. Se l'interazione con l'utente è incanalata correttamente, tutto procede in modo rapido e senza intoppi.

### Velocità

Analogo discorso a quanto scritto qualche riga più sopra. La preventivazione è in real time h24, così come le possibilità di acquisto. Agli inizi dell'esperienza via web, era un fattore di grande impatto.

### Sito web

Il sito è l'interfaccia con il consumatore su cui occorre puntare il massimo degli investimenti per renderlo intuitivo, completo e fruibile. La prova sul campo conferma il risultato auspicato e diversi clienti postano giudizi lusinghieri.

### Flessibilità

Giudizi positivi sulla "profondità" dell'offerta in termini di varianti e accessori che permettono un grado di personalizzazione piuttosto ampio. Meno favorevoli i giudizi quando si esce dall'alveo di quanto previsto dai processi asincroni e si passa al call center.

golo utente esprima grande soddisfazione per la relazione con un operatore, mentre lamenti insoddisfazione per una circostanza condivisa con un altro. Un altro fattore chiave è il prezzo delle polizze. Se all'inizio degli anni 2000 il poter stipulare una polizza via web da casa propria era un valore aggiunto, oggi non lo è più. Ciò che conta è risparmiare. Tra i post emergono due fenomeni significativi. Il primo è la discesa della convenienza dei premi con il passare degli anni. Al-

cuni lamentano che, rispetto a un buon prezzo di prima stipula, i successivi non sono poi così interessanti. L'auto invecchia, la classe di merito migliora ma il premio non scende come ci si aspetterebbe. In seconda istanza, la competitività dell'offerta nel secondo decennio degli anni 2000 non appare così marcata come nel primo decennio. Per chi ha iniziato con le assicurazioni online, appare del tutto normale l'assenza di un agente. Per i provenienti dal mondo fisico,

questo aspetto incide. Un sinistro può non tradursi semplicemente in una compilazione del modulo di costatazione amichevole e nella visita del perito; può diventare complesso e emotivamente stressante. In questi casi il rapporto umano con un interlocutore ha un valore. E quando si ha che fare con un numero verde occupato o con un call center anonimo, la situazione può far rimpiangere la vecchia agenzia sotto casa. Ma ogni modello di relazione ha punti forti e aspetti di svantaggio. ■

## METODOLOGIA E LIMITI DELLA RICERCA

L'analisi di marketing esposta in queste pagine è qualitativa. Sono considerati i contenuti presenti nelle varie forme di social network. L'universo studiato è limitato in termini quantitativi e qualitativi e non è rappresentativo del bacino di utenza complessivo: coglie esclusivamente l'orientamento del popolo di alcuni social network. Gli indici di gradimento e isapprovazione sono calcolati sul campione totale. Ogni persona generalmente esprime più pareri positivi e negativi che sono computati per la realizzazione delle trend map.

## ...e quella di disapprovazione

indice al 25%



### Assistenza

Si tratta di un fattore sui cui i detrattori delle compagnie online hanno costruito i fondamenti delle tesi destruens. Ma è sufficiente un'esperienza negativa per scatenare la riprovazione via web. E in alcuni casi è anche dichiarato dai consumatori.

### Operatori

L'interfaccia costituita dagli operatori è un versante critico dell'intero business. Emerge un fenomeno da non trascurare: alcuni operatori appaiono molto preparati, viceversa altri inadeguati. Il motivo?

### Call center

Altro punto debole di questo modello di business. Il classico disagio è l'intasamento delle linee con molti minuti di attesa: utilizzando un cellulare, tutto ciò si traduce in costi vivi. Ma la percentuale dei post negativi è fisiologicamente attestata su valori bassi.

### Prezzi delle polizze

Secondo alcuni post i prezzi delle polizze di Genialloyd sono divenuti meno competitivi con il passare degli anni e dei rinnovi. Se poi si è fuori target sono dolori.

### Comunicazione

È un aspetto correlato al confronto con le compagnie tradizionali e dotate di agente. Alcuni si aspettano un utilizzo del cartaceo più consistente, altri lamentano poca chiarezza ma, sono effettivamente voci isolate.

## Giudizi polarizzati

### Fast insurance

lo ho Genialloyd sulla mia Corsa D e ho avuto un sinistro a gennaio. Mentre ero in coda una signora mi ha tamponato [...]. Devo dire che sono stati velocissimi, ho telefonato sabato mattina per denunciare il sinistro e mi hanno subito nominato il perito che 3/4 giorni dopo ha fotografato la macchina. 20 giorni dopo avevo già l'assegno a casa che era pari al preventivo di spesa che avevo presentato.

marcobest

### Customer care

Un commento sui tempi di risposta del servizio clienti: inesistenti. Il giorno 1 febbraio ho chiesto informazioni via mail riguardo alla mia polizza moto e a ieri, 08/02/11, non ho ricevuto risposta; essendo la questione divenuta urgente ho contattato il call center, risultato: 3 chiamate [...] e altre due chiamate di 8 minuti ciascuna a vuoto prima di riuscire a parlare con un operatore e ottenere un'informazione banalissima, spesa totale 7 euro. [...]

Eos

### La migliore

A me è arrivato ieri il bollettino della mia [...] con un "lieve" aumento che l'ha portata a

2100€ annui. Tempo mezzora che mi sono fiondato in sede e ho disdetto la polizza. Anche io ho fatto il preventivo da Assicurazione.it e la migliore è stata la Genialloyd. Con 1500€ annui, ben 600 di risparmio Rc con massimale a 50 milioni, furto per 14000, incendio e estensioni cristalli, eventi naturali, tutela legale, infortunio conducente e bonus protetto [...] CorsaroNero

### Gap di competenze

Assicurati da anni, senza nessun problema anche in caso di sinistro, competenza e velocità, ci siamo trovati per rinnovare una polizza sospesa da qualche anno, a passare ore al telefono. Alcuni degli addetti non sono assolutamente competenti, mentre altri sono riusciti a risolvere in pochi minuti il problema. Solo che se trovi quello che non è competente ci passi le giornate [...] Faccio un esempio: l'operatore alla mia richiesta di avere la polizza via fax nel momento in cui andavo a ritirare l'auto usata a 300 km da casa, mi dice che ci vogliono 24 ore per stipularla[...] Invece poi l'operatore competente mi segnala il numero per le richieste urgenti ed il tutto si risolve velocemente. [...]

Angy 1966