

Innovare con il marketing

Dalla customer satisfaction agli approfondimenti scientifici presentati dalla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, con una tavola rotonda in cui protagonisti del settore si confrontano sul valore del marketing e sulla percezione dei consumatori verso l'offerta assicurativa. Sono i contenuti della newsletter che Amca propone nelle prossime pagine ai lettori di Assicura



Anche quest'anno la nostra newsletter sarà ospitata, per quattro numeri, dalla prestigiosa rivista Assicura. In questo numero abbiamo voluto dedicare ampio spazio alla presentazione della ricerca commissionata da Ania alla società GfK Eurisko: *La Customer Satisfaction del Mercato Assicurativo*. Lo abbiamo fatto con una nostra riflessione e con una testimonianza di ciò che è emerso dalla Tavola Rotonda che a questo evento è stata dedicata dalla Scuola Sant'Anna di Pisa. Un altro importante appuntamento cade quest'anno ed è il *Corso di Alta Formazione in Marketing e Distribuzione di Prodotti Assicurativi* che la Scuola Superiore Sant'Anna organizza biennialmente. Giunto alla sua nona edizione, ben 18 anni di presenza nel panorama della formazione specialistica di settore, il corso si è articolato in quattro moduli da tre giornate l'uno. I temi dell'approfondimento scientifico e aziendale sono stati la distribuzione, il marketing, le innovazioni di sistema, la comunicazione, il valore d'impresa. Numerosi i partecipanti che hanno contribuito alla riuscita del corso, con innumerevoli e stimolanti interventi che si sono quindi concretizzati nella presentazione finale di quattro project works. In chiusura del corso, infatti, i discenti sono divenuti docenti salendo in cattedra e presentando una sintesi del proprio lavoro: un project work sviluppatosi nei mesi da settembre a marzo. I temi assegnati ad inizio percorso dalla commissione scientifica e sviluppati con entusiasmo vertevano su etica, innovazione nella distribuzione, innovazione nella comunicazione e innovazione nei prodotti. I quattro progetti sono stati presentati il giorno 31 marzo nell'aula Magna della Scuola Sant'Anna alla presenza di **Giuseppe Turchetti**, direttore del corso, di **Sebastiano Rocchi** dell'area Marketing di Groupama e di **Maurizio Francesconi** dell'area Marketing di Unipol. Per mancanza di spazio in questo numero, dedicheremo tutta la prossima nostra newsletter per dare una dettagliata testimonianza di questi quattro lavori. In concomitanza con la presentazione dei quattro lavori conclusivi di questo corso, è stato presentato da **Mattia Fasoli**, dell'area Marketing di DAS, nonché dinamico e sempre disponibile socio AMCA, un lavoro fatto a conclusione della edizione precedente del Master. Ne abbiamo voluto dare testimonianza nelle pagine che seguono per due ragioni: per dare continuità con l'edizione precedente del Corso e soprattutto perché, parlando questo elaborato di coperture assicurative con alta componente di servizio, ci è sembrato in tema con l'argomento centrale di questa nostra newsletter. Concludiamo, approfittando della vetrina di AMCA COMMUNITY, ringraziando ancora una volta ogni singolo partecipante che ha contribuito alla riuscita anche di questa edizione del corso del Sant'Anna e, come sempre, auspichiamo che in tanti vogliano entrare a far parte della nostra associazione.

La redazione di AMCA COMMUNITY

Visita il nuovo sito di AMCA
www.amcaweb.eu

Per comunicare con
AMCA COMMUNITY
red@amcaweb.eu

Per informazioni e vostre
segnalazioni
contatt@amcaweb.eu

AMCA, l'Associazione di Marketing e Cultura Assicurativa nasce, nel 2003, dall'iniziativa di un gruppo di partecipanti al Corso di Alta Formazione "Marketing e Distribuzione di Prodotti Assicurativi" organizzato dalla Scuola Superiore S. Anna di Pisa e da IRSA.

AMCA è un'Associazione di persone, nata con l'obiettivo di diffondere la cultura del marketing all'interno del settore assicurativo coltivando il confronto e l'interazione tra il mondo accademico e il mondo dell'Impresa.