

Lean Organization, una garanzia per l'efficienza e l'efficacia

L'alleggerimento del carico burocratico dei canali di distribuzione e la massima attenzione rivolta al cliente si traducono in raccolta premi e redditività. Ecco i modelli su cui si basano le strategie distributive di Mma, Maaf e Gmf

Esperienza curiosa e stimolante per un intermediario assicurativo italiano quella del confronto con realtà assicurative francesi di sicuro successo, che ha evidenziato come, grazie all'alleggerimento e allo snellimento del carico burocratico e amministrativo dei canali tradizionali di distribuzione (agenti e broker) e concentrando il massimo delle energie sulla cura e l'attenzione alla clientela e alle sue esigenze, si possano fornire, a questa, servizi soddisfacenti e, contemporaneamente, raggiungere un ampio volume di premi.

La **MMA**, compagnia tradizionale rivolta a particolari segmenti di mercato (artigiani, famiglie) utilizza essenzialmente i canali tradizionali di distribuzione, gli agenti assicurativi e i brokers, con mandati di agenzia che regolano i loro rapporti e i cui aspetti sono stati rivisitati nel 2006 con la previsione, tra l'altro, della costituzione di Società di capitali tra più agenti sul territorio: le SARL, che consentono la condivisione dei costi e massima redditività.

La **MAAF** e la **GMF** sono compagnie generaliste. La GMF si rivolge ad un specifico segmento di clientela (impiegati pubblici). Entrambe adottano, invece, esclusivamente il canale di vendita dei dipendenti diretti di compagnia: nessuna agenzia, ma soli punti vendita su tutto il territorio nazionale. Grazie alla loro semplicità e assenza di particolari vincoli, utilizzando la tecnologia avanzata di una piattaforma telefonica, raggiungono il cliente e, nel giro di pochissimo tempo dal primo contatto telefonico, mirano alla soddisfazione delle sue esigenze: il cliente contatta il numero telefonico, fornisce dati e recapito e, prontamente, viene ricontattato dal punto vendita più vicino, si fissa l'appuntamento o, in alcuni casi, si risolve direttamente la problematica. Rivolti all'essenzialità,



riescono a gestire per telefono oltre l'acquisizione del contratto anche la gestione del sinistro, in alcuni casi, superando anche la problematica della documentazione di appoggio per la liquidazione.

Insomma, grande professionalità ed efficienza abbinata ad una sapiente apertura all'innovazione tecnologica capace di potenziare la redditività complessiva del comparto assicurativo coniugato con forniture di servizi per gli assicurati e per le stesse mutue.

Al loro confronto, la realtà assicurativa italiana è apparsa ancora più complessa e ferruginosa, imbrigliata in normative assolutamente mortificanti e, in alcuni casi, inutili sia per la professionalità degli intermediari che per i risultati prodotti.

Rossella Manieri