SCS CONSULTING
make your future happen

OSSERVATORIO ASSICURATIVO

13° EDIZIONE

Insurance Connect

IL PRESIDIO DEI RISULTATI ECONOMICI, UN PERCORSO DA CONDIVIDERE

2 ottobre 2025

CHI CI STA AIUTANDO IN QUESTO PERCORSO

1 DOCUMENTI DI OPERATORI DI MERCATO E ASSOCIAZIONI DI SETTORE

2 INTERVISTE ALLE COMPAGNIE ASSICURATIVE

3 OLTRE 200 AGENTI CHE HANNO RISPOSTO ALL'INDAGINE DI INSURANCE DAILY

INSURANCE Daily

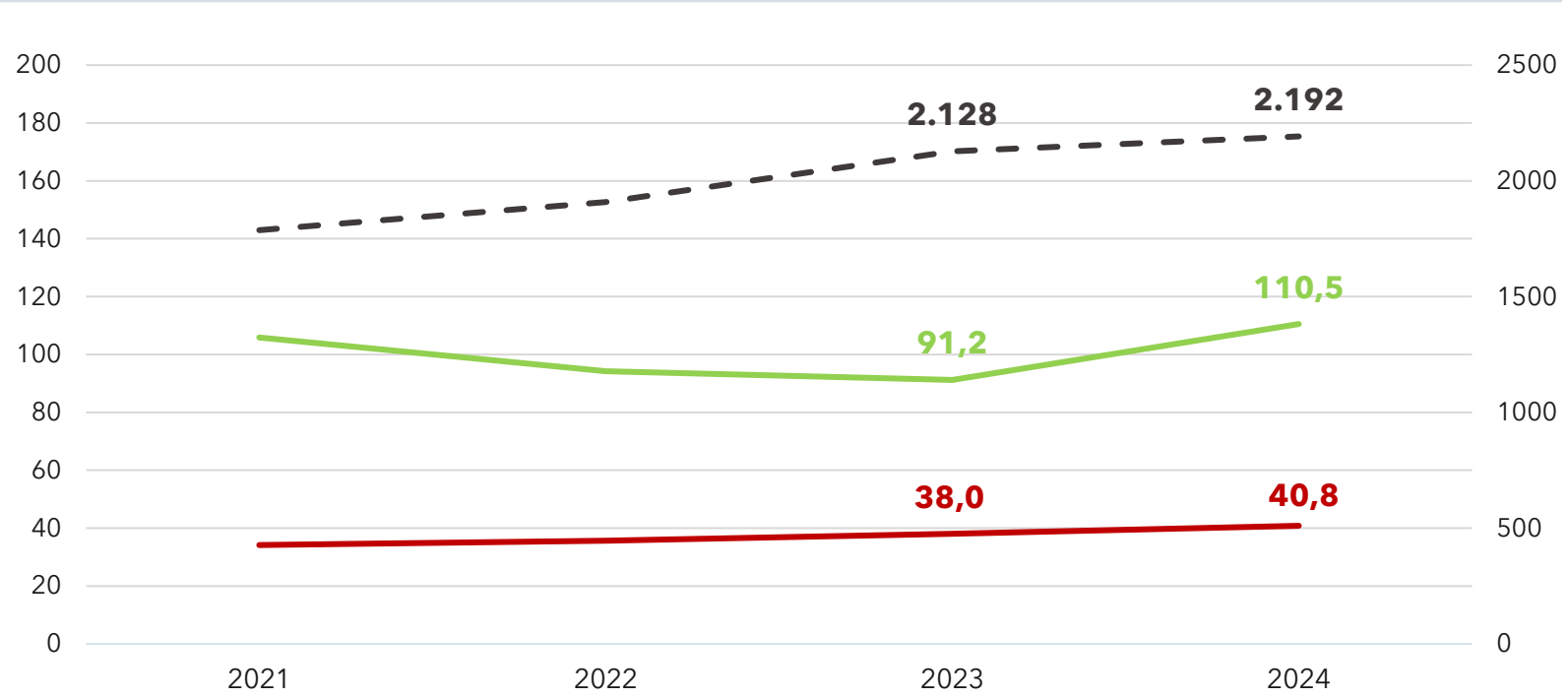
SCS CONSULTING



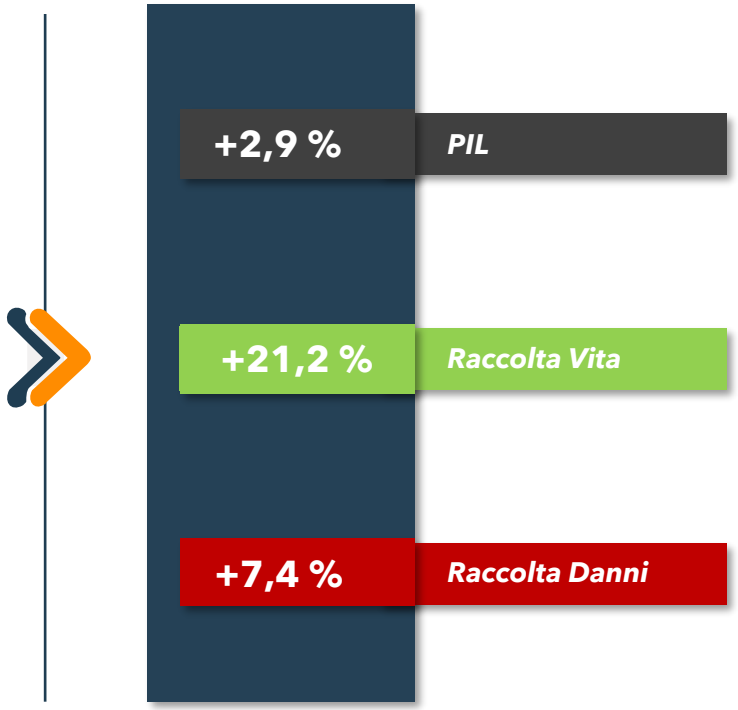
IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

RIPRESA DELLA RACCOLTA VITA E CRESCITA SOLIDA NEL RAMO DANNI

PIL e Raccolta Danni-Vita 2021 – 2024
(valori espressi in €Mld)

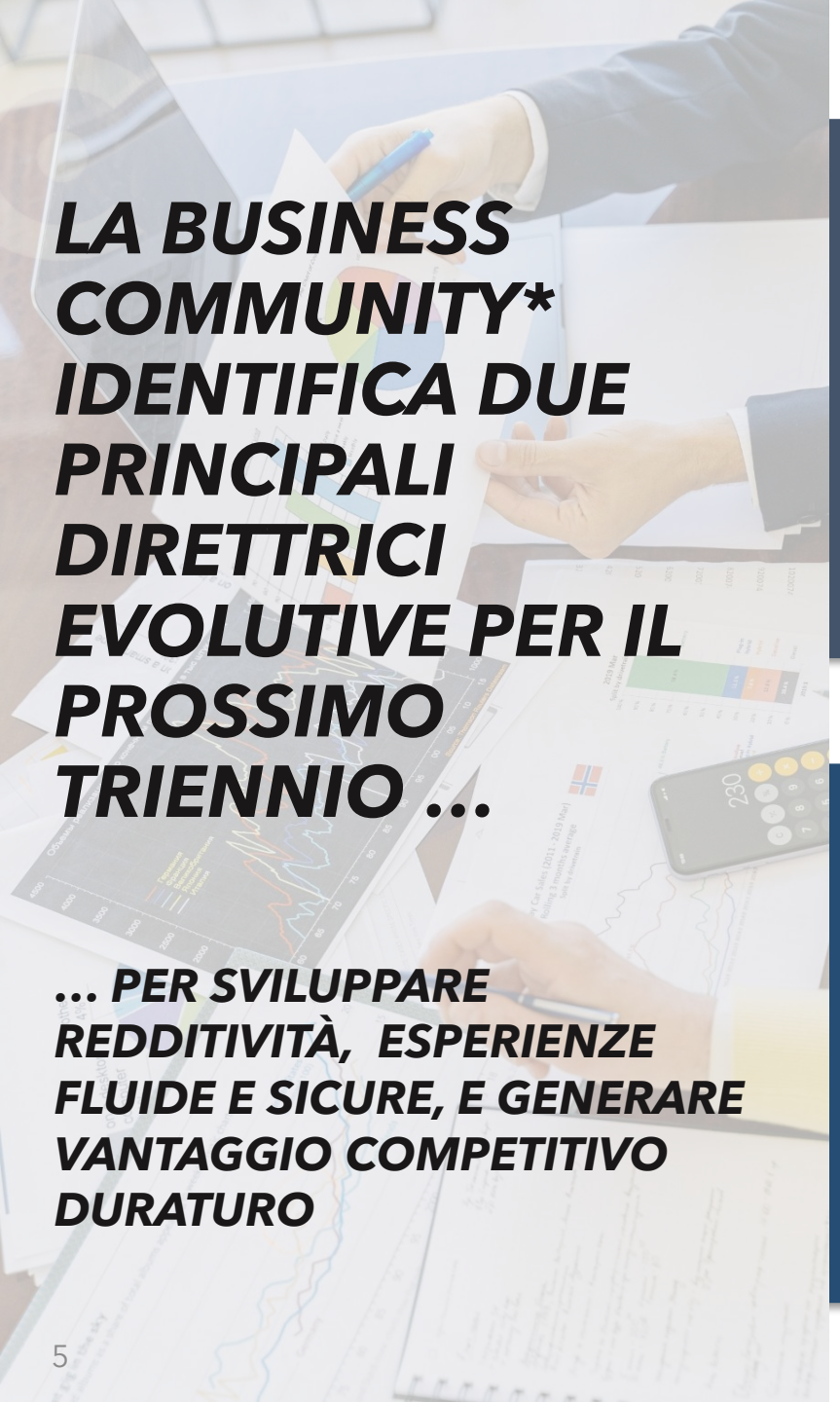


Δ '23 – '24
(%)



Fonte: Elaborazione SCS Consulting su dati IVASS

Nota: Valori Raccolta rami asse sinistro, PIL asse destro



LA BUSINESS COMMUNITY IDENTIFICA DUE PRINCIPALI DIRETTRICI EVOLUTIVE PER IL PROSSIMO TRIENNIO …*

… PER SVILUPPARE REDDITIVITÀ, ESPERIENZE FLUIDE E SICURE, E GENERARE VANTAGGIO COMPETITIVO DURATURO

INVESTIMENTI MIRATI IN TECNOLOGIA

10-13% — ***Investimenti su utile atteso*** *dei principali player nel prossimo triennio*

X8 — ***Investimenti*** *in* ***progetti interni*** *vs anno precedente*

-17% — ***Partnership insurtech siglate*** *vs anno precedente*

«HUMAN TOUCH»

+5-10% — ***Assunzioni*** *con* ***competenze*** *specialistiche in ambito* ***tech/digital***

+5gg — ***Formazione*** *per* ***ogni dipendente*** *in tematiche* ***innovative***

*Analisi su oltre 100 documenti pubblici ufficiali pubblicati a partire da Gennaio 2025

SCS CONSULTING

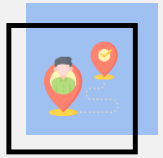
L'EVOLUZIONE DEL CUSTOMER JOURNEY TRA TECNOLOGIA ED EVOLUZIONE NEL «MESTIERE DELL'AGENTE»

INVESTIMENTI MIRATI IN TECNOLOGIA

«HUMAN TOUCH»

INGAGGIO

1 **NUOVO MODELLO DI RELAZIONE CON IL CLIENTE**
(Digital experience semplice e guidata)

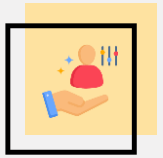


2 **NUOVO RUOLO PROATTIVO DIGITALE DELL'AGENTE**
(Agente come guida omnicanale a supporto del cliente)



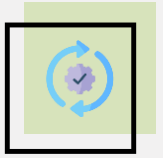
VENDITA

3 **OFFERTA MODULATA E SARTORIALITÀ**
(Strumenti e dati a supporto dell'analisi «critica» del bisogno)



POST VENDITA

4 **POST VENDITA SEMPRE PIÙ AUTOMATIZZATO**
(Rapidità e sistematizzazione nella relazione di servizio al cliente)



5 **VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL DATO COME LEVA DI VANTAGGIO COMPETITIVO**
(Informazioni tutelate)



SCS CONSULTING

NUOVO MODELLO DI RELAZIONE CON IL CLIENTE

ESPERIENZA DIGITALE PIÙ SEMPLICE E GUIDATA



*… I **CLIENTI** HANNO **ACCESSO IMMEDIATO** ALLE LORO **POLIZZE** …*

*… MA IL **SUPERAMENTO** DEL «**MESSY MIDDLE**», RAPPRESENTA LA **VERA SFIDA COMPETITIVA** PER IL SETTORE …*

85%

Clienti che dichiarano di **apprezzare** la modalità **self-service**…

…ma il **63%** **preferisce** un **supporto esperto** nei **passaggi complessi**

20%

Compagnie attualmente in grado di **offrire** un'**esperienza** pienamente **soddisfacente**

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su documenti pubblici

SCS CONSULTING

COMPAGNIE E AGENTI RICONOSCONO L'OMNICANALITÀ COME UNO STRUMENTO CHE «RIDUCE» LE DISTANZE FISICHE, AVVICINANDO IL CLIENTE ALL'AGENZIA



LA VOCE DELLE COMPAGNIE

*…**cresce** l'**integrazione omnicanale** grazie ai dati aggiornati in tempo reale, **assicurando continuità** nel **customer journey** …*

*… che spesso atterra sul **canale agenziale** per **rafforzare** la **relazione** con il cliente …*

3-5x **Conversion lead «ibridi» vs a lead** puramente **digitali**

LA PRIORITÀ DELLE AGENZIE



PRINCIPALI ABILITATORI IDENTIFICATI

1. *Garantire la **presenza** nei **momenti chiave** del CJ **omnicanale***
2. *Potenziare **profilazione** e miglioramento **acquisizione clienti***
3. *Accrescere la **visione omnicanale** tramite **formazione mirata***

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su indagine Agenti Assicurativi

LE COMPAGNIE OGGI ASPIRANO A UNA MAGGIORE INTEGRAZIONE TRA I CANALI, CONVOGLIANDO IL CLIENTE DIGITALE IN AGENZIA

MODELLO IBRIDO TARGET

Accesso facilitato alle informazioni di polizza tramite i canali digitali …

… possibilità di interagire con chatbot e preventivazione online (sito o app) …

… generazione di attività di contatto per le agenzie

> *Puntiamo a **convogliare** il **cliente verso l'agenzia**, dove l'agente svolge il ruolo decisivo di **personalizzare** e **finalizzare** la **relazione***
>
> *Intervista Compagnie Assicurative*

I CANALI DIGITALI SONO IN GRADO DI INCREMENTARE SIGNIFICATIVAMENTE (FINO AL DOPPIO) LE OPPORTUNITÀ COMMERCIALI IN AGENZIA

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su dati proprietari

NUOVO RUOLO PROATTIVO DIGITALE DELL'AGENTE

BILANCIAMENTO TRA TECNOLOGIA ED EMPATIA





*…EMERGONO **CHATBOT** E **AGENTI VIRTUALI**, MA L'**EMPATIA** RESTA **CRUCIALE** …*

*… IL **CUSTOMER SERVICE** EVOLVERÀ IN UN **MODELLO IBRIDO**, **INTEGRANDO PERSONE** E **AI** PER MIGLIORI PERFORMANCE*

70%

Clienti che avvertono un **miglioramento** nei **canali digitali** grazie all'adozione di **chatbot** basati su **Gen AI** …

… e clienti che al **contempo** continuano ad **apprezzare** l'**assistenza umana** per l'**empatia** e **risoluzione creativa** dei problemi

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su documenti pubblici

STRUMENTI USER-FRIENDLY E COMPETENZE VERTICALI: LEVE DA AGIRE PER SUPPORTARE LA FIGURA DEL NUOVO «AGENTE TECH»



LA VOCE DELLE COMPAGNIE

*Le **tecnologie supportano** la **formazione** della **rete** tramite palestre virtuali, AI Agent e analisi dei gap formativi, **bilanciando sviluppo digitale** e **consulenziale** …*

*… tuttavia, alcuni **strumenti non** sono ancora **user - friendly**, **limitandone** la loro **adozione***

+12% ***Entrate annuali** per le **agenzie** che adottano **innovazione digitale***

LA PRIORITÀ DELLE AGENZIE



DOVE INCONTRANO LE PRINCIPALI DIFFICOLTÀ GLI AGENTI

48%	***Supporto operativo** e **sviluppo competenze** per l'utilizzo degli **strumenti***
41%	***Figure professionali tech** a **supporto** della **rete***

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su indagine Agenti Assicurativi

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE COME ALLEATO STRATEGICO: UN TUTOR ON-THE-JOB CHE GUIDA E ARRICCHISCE L'ESPERIENZA AGENZIALE

UN SUPPORTO CHE PER POTER GENERARE VALORE DEVE CONIUGARE COMPETENZE VERTICALI E UNA SOLIDA CULTURA DIGITALE

Cultura digitale

L'AI non considerata come uno strumento che sostituisce gli Agenti, ma come **alleato che aumenta l'efficienza e l'efficacia del rapporto con il cliente**



Le competenze



Pensiero analitico e critico



Collaborazione e **lavoro in team**



Flessibilità e cambiamento

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative



OFFERTE MODULARI

ADATTAMENTO DINAMICO ALLE NUOVE ESIGENZE DEL CLIENTE



*… L'**AI** PERMETTE DI IDENTIFICARE LE **REALI NECESSITÀ** DEL **CLIENTE** …*

*… E PROPORRE **SOLUZIONI MODULARI** CAPACI DI RACCHIUDERE IN UN'**UNICA OFFERTA** LE **DIVERSE ESIGENZE** …*

80%

Clienti che **desiderano** ricevere **offerte personalizzate**, citando "valore, coinvolgimento e comodità" come i benefici più comuni

41%

Clienti secondo cui **i servizi personalizzati influenzano** le proprie **scelte di acquisto**

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su documenti pubblici

DA «NEXT BEST ACTION» A «NEXT BEST PUSH» PER CREARE TARGET MIRATI E SVILUPPARE LA RACCOLTA



LE RICHIESTE DELLE AGENZIE

SEMPLIFICAZIONE DEL PORTAFOGLIO PRODOTTI E MODULARITÀ ...

... come leva per migliorare la propria spinta commerciale

46% degli agenti

IMPIEGO DELLE NUOVE TECNOLOGIE E DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ...

... a supporto del processo di vendita

53% degli agenti

LA RISPOSTA DELLE COMPAGNIE



X2,5 ***prodotti unici o modulari*** *sul mercato negli ultimi 5 anni*

Evoluzione *degli* ***strumenti*** *di* ***«Next best action» per*** *l'****agente*** *utilizzando la tecnologia in* ***ottica push*** *...*

... per ***costruire offerte mirate*** *e personalizzate per archetipi di clientela*

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su indagine Agenti Assicurativi

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative

SCS CONSULTING

L'EVOLUZIONE DEI PRODOTTI MODULARI, PER PUNTARE ALL'ECCELLENZA OPERATIVA DI COMPAGNIA

~ 10 Compagnie, che rappresentano oltre il 65% del mercato danni, hanno già realizzato prodotti unici ..

... al fine di raggiungere il maggior numero di clienti con un solo prodotto

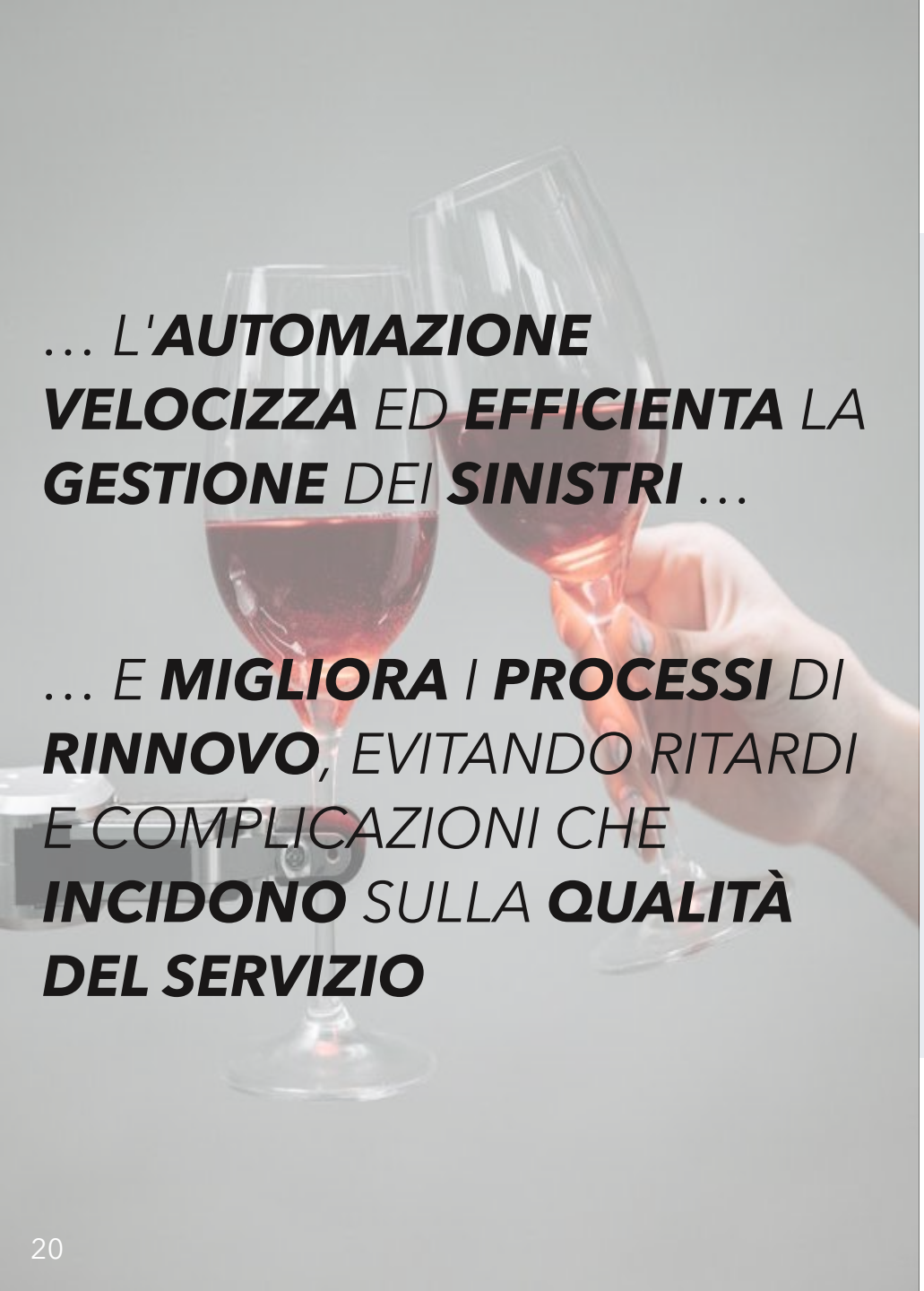
		Primario Gruppo assicurativo danni	*Primario Gruppo assicurativo danni e vita*	*Primario Gruppo assicurativo tedesco*
PROPERTY 	*LIVELLO DI COPERTURA*	◔	●	◔
	LIVELLO DI PERSONALIZZAZIONE	◔	◑	◔
CASUALTY 	*LIVELLO DI COPERTURA*	◔	◔	◔
	LIVELLO DI PERSONALIZZAZIONE	◔	◑	◔
AUTO 	*LIVELLO DI COPERTURA*	●	◔	○
	LIVELLO DI PERSONALIZZAZIONE	◔	●	○

SCS CONSULTING

AUTOMAZIONE POST VENDITA

VELOCITÀ, PRECISIONE E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE





*… L'**AUTOMAZIONE** **VELOCIZZA** ED **EFFICIENTA** LA **GESTIONE** DEI **SINISTRI** …*

*… E **MIGLIORA** I **PROCESSI** DI **RINNOVO**, EVITANDO RITARDI E COMPLICAZIONI CHE **INCIDONO** SULLA **QUALITÀ DEL SERVIZIO***

-80%

Tempistiche liquidazione sinistri rispetto ai 40 giorni dei processi tradizionali

+3%

Della **retention** auspicato dalle Compagnie grazie alla **digitalizzazione** dei **rinnovi**

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su documenti pubblici

L'AUTOMATIZZAZIONE NEL POST-VENDITA ABILITA UN MAGGIOR SVILUPPO COMMERCIALE CHE RAFFORZA IL RAPPORTO AGENTE-CLIENTE



LA VOCE DELLE COMPAGNIE

*… **Strumenti digitali** garantiscono assistenza continua e supporto immediato alla rete, **migliorando l'esperienza cliente** e riducendo errori operativi …*

*… **liberando tempo** che gli agenti possono reinvestire in **momenti** di **relazione** ad **alto valore** …*

+10pp ***Retention** per **clienti** che interagiscono nell'**Area Riservata** in fase di rinnovo*

LA PRIORITÀ DELLE AGENZIE



46% **Agenti** che **riconoscono** l'**importanza** strategica degli **strumenti digitali** nel **post vendita** per:

UNA MAGGIORE RETENTION …

… aumentando i momenti di contatti con i clienti grazie all'utilizzo dell'Area Riservata

LIBERARE TEMPO COMMERCIALE …

… consentendo all'agenzia di rafforzare la relazione con il cliente, intercettando altri bisogni «digitalmente tracciati»

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su indagine Agenti Assicurativi

NUOVI STRUMENTI DIGITALI ACCELERANO L'AUTOMAZIONE POST-VENDITA: RINNOVI E SINISTRI SEMPLICI SEMPRE PIÙ RAPIDI



CREAZIONE DI SISTEMI INTELLIGENTI PER I RINNOVI …

… che attivano promemoria, producono i documenti e inviano le nuove proposte di rinnovo



ATTIVAZIONE DI SERVIZI DIGITALI LIVECLAIM …

… consentono ai clienti di gestire le proprie polizze, aprire e monitorare i sinistri in tempo reale e richiedere assistenza stradale o un teleconsulto medico

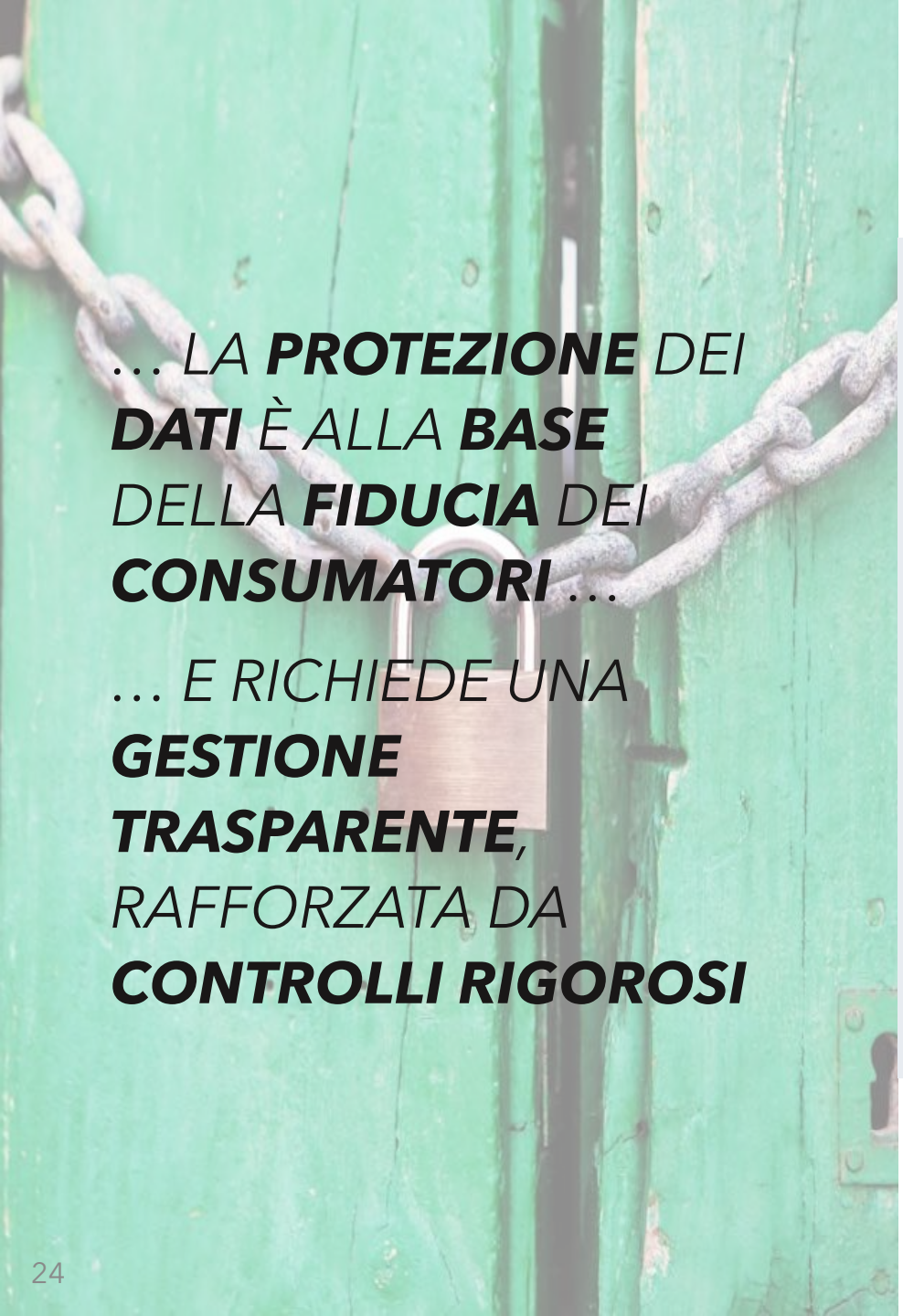
- **Riduzione dei tempi di rinnovo** di **5/7 gg** e azzeramento dei rinnovi persi nei periodi di picco
- **Più del 50%** delle polizze emesse in formato digitale
- **60%** dei clienti registrati nell'area riservata

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative



VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL DATO

LA TUTELA DEI DATI COME LEVA DI VANTAGGIO COMPETITIVO



*… LA **PROTEZIONE** DEI **DATI** È ALLA **BASE** DELLA **FIDUCIA** DEI **CONSUMATORI** …*

*… E RICHIEDE UNA **GESTIONE TRASPARENTE**, RAFFORZATA DA **CONTROLLI RIGOROSI***

Sempre più clienti sarebbero **disposti** a **fornire** i propri **dati**. In particolare, il …

44% …

- … per **migliore copertura** per la **famiglia**
- … per **sconti** su premi assicurativi
- … per **consulenze personalizzate**

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su documenti pubblici

SCS CONSULTING

POLIZZE CYBER E PROTEZIONE DEI DATI: UN NUOVO PARADIGMA NELLA RELAZIONE CLIENTE-ASSICURATORE



LA VOCE DELLE COMPAGNIE

*La normativa **AI ACT** comporta la **creazione** di **organismi** di **governance** dell'innovazione …*

*… ma richiede anche **processi strutturati** su **cinque assi chiave** – trasparenza & explainability, equità misurabile, sicurezza by design, accountability e controllo terzi – che **trasformano** la **compliance** in **reputazione** e **vantaggio** competitivo*

Fonte: Elaborazione SCS Consulting su interviste Compagnie Assicurative

LA PRIORITÀ DELLE AGENZIE



MAGGIORE RESPONSABILITÀ CONDIVISA

… responsabilità più definite e strumenti migliori per gestire e proteggere i dati in modo conforme al GDPR

FORMAZIONE CONTINUA …

… necessità di essere aggiornati sui rischi legati alla sicurezza informatica e alla corretta gestione dei dati

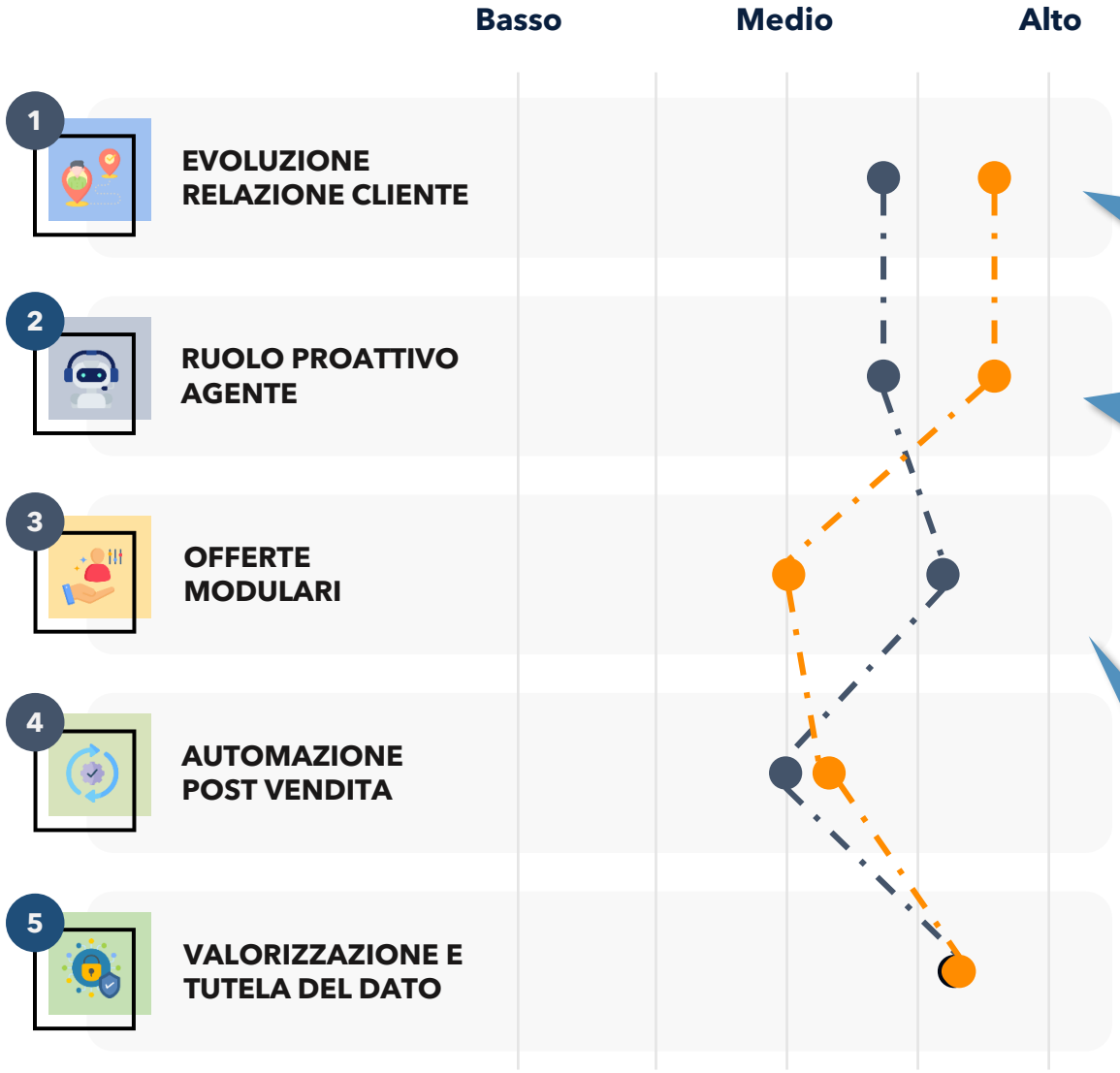
Fonte: Elaborazione SCS Consulting su indagine Agenti Assicurativi

I GAP DA COLMARE PER RAGGIUNTERE GLI OBIETTIVI ...



IN SINTESI … QUALI LEVE PER AUMENTARE LA REDDITIVITÀ?

*Abbiamo chiesto alle **Compagnie** il **livello** di **presidio** e alle **Agenzie** il livello di **urgenza**, al fine di **valutare** il **grado di allineamento sulle** diverse **direttrici** evolutive*



Accelerare l'integrazione tra canali fisici e digitali per valorizzare il ruolo dell'Agente

Potenziare le competenze digitali degli Agenti per facilitare l'adozione degli strumenti e dei nuovi processi omnicanale

Stimolare negli Agenti una maggiore propensione alla copertura del rischio in ottica tailor made per soddisfare la crescente richiesta di personalizzazione

Fonte: Elaborazione SCS Consulting da interviste Compagnie e Agenzie Assicurative

Maturità Compagnie **Urgenza Agenti**

Contattaci

MAKE YOUR FUTURE HAPPEN



MARCO LANZONI
HEAD OF MERCATO FINANCE



GIORGIO LOLLI
DIRECTOR



DARIO PRESTI
SENIOR MANAGER



ALESSANDRO CASTELLINA
MANAGER

SCS CONSULTING

SCS Azioninnova S.p.A.
Via Toscana 19/A
40069 – Zola Predosa (BO)
Tel. +39 051 31 60 311
scsconsulting.it
SCS Consulting



MAKE YOUR FUTURE HAPPEN