

“Duemila21 Pronti al futuro”.

I web meeting del management di Cattolica con la Rete Agenziale

“Duemila21 Pronti al futuro”. È questo slogan scelto dalla Direzione Commerciale di Cattolica Assicurazioni per fare il punto con della situazione con la Rete Agenziale. Anche in un contesto difficile dovuto alla pandemia e al lockdown, la Compagnia è stata al fianco di Agenti, Subagenti e collaboratori, convinta dell'importanza fondamentale della relazione umana con il cliente. E l'alta partecipazione ai webinar, con oltre mille agenti collegati, dimostra il valore di tale legame.



“Una serie di incontri efficaci e studiati per fornire ad Agenti e Collaboratori tutti gli strumenti utili ad affrontare lo scenario sfidante 2021 e a indirizzarli verso quelle opportunità che, nonostante tutto, il panorama assicurativo presenta – ha commentato l'Amministratore Delegato Carlo Ferraresi -. Stiamo entrando in una nuova fase, una fase diversa, dove la pandemia, se parzialmente debellata come auspichiamo, continuerà a far sentire i suoi effetti. Di fronte a questo scenario dobbiamo essere preparati, pronti al futuro così come indicato dal claim di questi incontri, e focalizzati sulla soddisfazione dei bisogni dei nostri clienti”.

“Il ruolo dell'Agente – ha spiegato il Vice Direttore Generale Marco Lamola – sta assumendo sempre più una connotazione consulenziale. Anche la spinta alla digitalizzazione che sta interessando il nostro settore è uno strumento in più a disposizione della Rete per rispondere in maniera sempre più efficiente e personalizzata alle esigenze di famiglie e imprese”.

La Direzione ha così scelto di organizzare a marzo una serie di web meeting dedicati a quattro aree tematiche:

- BUSINESS AUTO Mercoledì 17 marzo
- BUSINESS NON AUTO Venerdì 19 marzo
- BUSINESS VITA Mercoledì 24 marzo
- DIREZIONE SINISTRI Giovedì 25 marzo

Oltre all'appuntamento conclusivo di martedì 30 marzo dedicato agli obiettivi e ai sistemi incentivanti, con un intervento del Responsabile della Business Unit Enti Religiosi e Terzo Settore Piero Fusco, che ha illustrato la recente riorganizzazione della BU.

“L'anno appena trascorso è stato molto impegnativo, ma ci ha dimostrato per l'ennesima volta il valore del poter contare su una squadra motivata e pronta al sacrificio – ha concluso Lamola -. La stessa squadra che quotidianamente scende in campo in ogni Agenzia con dedizione impegno e che ci consente di guardare con ottimismo alle sfide di questo 2021”. Potendo contare su uno strumento innovativo come la Piattaforma Commerciale ARENA, strumento a disposizione delle agenzie per semplificare la gestione del portafoglio clienti e della propria attività, come ha ricordato il Responsabile Vendite Roberto Dinoi.

Nel corso della prima giornata è stato Luigi Barcarolo, Direttore Danni Auto, Insurance Analytics and Business Architecture, insieme alla Responsabile Danni Auto Lorena Fattorelli a delineare lo stato dell'arte del settore mettendo in luce gli obiettivi futuri: difesa del portafoglio, nuovi prodotti e focalizzazione sulle garanzie accessorie. Il Direttore Business Development & Marketing Carlalberto Crippa e il Responsabile Multichannel Marketing Andrea Radini hanno ricordato gli sviluppi nel campo della multicanalità.

Venerdì 19 marzo il Vice Direttore Generale Nazareno Cerni ha descritto il Business Danni Non Auto presentando il nuovo team, frutto della recente riorganizzazione interna. Sono stati quindi il Responsabile Retail e Agricoltura Nino D'Onghia e il Responsabile Aziende ed Enti Pubblici Donato Boggia a fare il punto sull'offerta di Cattolica, ricordando in particolare le potenzialità del prodotto Active Business dedicato alle PMI, "vero motore per la ripartenza dell'Italia dopo la crisi dovuta alla pandemia". Il Direttore Business Development & Marketing Carlalberto Crippa e la Responsabile Client Strategy Laura Rigamonti hanno presentato la nuova offerta di Cattolica, puntualizzando sul tema Salute, sicuramente al centro delle preoccupazioni della clientela nei prossimi mesi.

L'appuntamento successivo è stato dedicato al Business Vita con un approfondimento a cura di Davide Berveglieri, Direttore Area Tecnica e Previdenza che ha illustrato la nuova organizzazione adottata dalla Compagnia con la creazione di un'Area Tecnica e di un'Area Operation anche nel Vita per garantire il massimo supporto alla rete agenziale sia dal punto di vista della redditività che del servizio post vendita e gestione sinistri. Nel corso degli interventi dei colleghi Massimo Franchetti, Olvers Di Prata e Paolo Toncelli sono state ricordate le opportunità di crescita nel settore, con i numeri impressionanti del risparmio "addormentato" sui conti correnti degli italiani che potrebbe essere indirizzato a soluzioni in grado di rispondere alle rinnovate esigenze di sicurezza della popolazione. Tendenza messa in luce anche dal Direttore Business Development & Marketing Carlalberto Crippa e dal Responsabile Multichannel Marketing Andrea Radini che hanno ricordato le novità di prodotto in arrivo nei prossimi mesi. Il Responsabile Sviluppo Vendite Vita Biagio Palumbo ha concluso mettendo in luce l'importanza della conoscenza dei propri clienti per riuscire a proporre soluzioni personalizzate ed efficaci.

Il webinar conclusivo di giovedì 25, è stato dedicato alla Direzione Sinistri con la presentazione del Direttore Alberto Guidi, accompagnato dai colleghi Davide Gotti e Massimo Fratton, Responsabili delle Unità Sinistri Auto e Non Auto. Guidi ha voluto sottolineare gli sforzi compiuti dalla Direzione nel corso dell'anno appena trascorso, caratterizzato da un'emergenza straordinaria e inedita. Se il calo della frequenza ha interessato soprattutto il Business Auto (l'affermazione di una nuova mobilità ha però influito sulla crescita delle lesioni rilevanti ai danni dei cosiddetti "utenti deboli" della strada), nel Non Auto l'attenzione è posta soprattutto su tre fattori: clima, frodi e sanità. Sono stati poi il Direttore Business Development & Marketing Carlalberto Crippa e la Responsabile Client Strategy Laura Rigamonti a mettere l'accento sull'importanza della certezza dell'indennizzo al momento della sottoscrizione e del rinnovo di polizza da parte del cliente. La Responsabile Pianificazione Supporto e Relazione Agenti, Antonella Casella ha poi annunciato una serie di oltre 300 incontri one to one con gli agenti nelle prossime settimane per fare il punto sulle novità di Direzione.

Marco Lamola, Vice Direttore Generale, ha poi concluso lanciando l'esclusivo "club Arena D'oro" riservato agli agenti che risultano vincenti su entrambe le gare di Cattolica, produttività e redditività, a coloro che hanno vinto il titolo di "Agenti dell'anno" oppure a coloro che si saranno distinti per tre anni consecutivi nelle gare produttività o redditività.

L'evento si è chiuso con un pomeriggio dedicato ai collaboratori e front office. Una sintesi dei contenuti dei cinque precedenti incontri alla quale hanno partecipato quasi 3 mila persone da ogni angolo d'Italia.

La rete adesso è pronta al futuro!