

Protezione del credito a misura di cliente

In uno scenario in cui le grandi banche si sono dotate di società captive in ambito assicurativo, spiega Marco Prada di Assurant Solutions, la banca del territorio deve puntare su società specialiste di prodotto per differenziare la propria offerta e sottolineare la propria vicinanza alle esigenze del cliente

Vuole proporsi al mondo bancario come specialista di prodotto nell'ambito della creditor protection insurance Assurant Solutions, società del gruppo Assurant Inc. presente in Italia attraverso due entità di diritto inglese, Assurant Life Limited e Assurant General Insurance Limited, ma con alle spalle una solida presenza internazionale con un fatturato annuo di 8 miliardi di dollari e 14mila dipendenti in quattro continenti. Assurant Solutions è una delle quattro linee di business del gruppo, l'unica presente in Italia, che si concentra su: programmi di protezione del credito e coperture assicurative ancillari, programmi di protezione estesa dei beni durevoli di consumo e programmi di protezione della telefonia mobile, distribuendo i propri prodotti e servizi attraverso accordi con istituti di credito, costruttori e grandi catene del retail. Nel mercato bancario, Assurant Solutions punta in particolare alle banche del territorio: una decisione presa già all'arrivo della società sul mercato italiano, nel 2006, dopo l'analisi dello scenario bancario e del mondo del prestito personale. "Le banche di dimensioni nazionali e regionali hanno sviluppato una logica captive nel settore assicurativo, commenta Marco Prada, Rappresentante Generale per l'Italia di Assurant General Insurance Limited e Assurant Life Limited, dotandosi di società controllate ad hoc. Ci siamo quindi concentrati nel segmento delle banche locali.

C'è poi la nostra identità di specialista di prodotto, che vuole capire le esigenze del partner offrendo la possibilità di essere flessibili, ad esempio pensando a quali plus possono essere dati a un prodotto già in essere. Una visione che mette al centro il cliente, e che è legata naturalmente al mondo delle banche locali, che considerano ciascun cliente come 'il' cliente, di cui conoscono le esigenze e con il quale hanno un rapporto di fiducia".

Doppia vigilanza sul trattamento del cliente

Un rapporto di vicinanza e fiducia che richiede alla banca di fare grande attenzione alle caratteristiche dei prodotti che propone alla clientela.

Marco Prada, Rappresentante Generale per l'Italia di Assurant General Insurance Limited e Assurant Life Limited



"L'impegno per la trasparenza e la soddisfazione del cliente, aggiunge Prada, è un altro tratto distintivo degli istituti bancari così vicini al territorio. Come partner finanziario, Assurant Solutions offre una garanzia supplementare derivante dalla sua natura di assicuratore di diritto inglese, che unisce alla vigilanza dell'Isvap anche quella dell'FSA: l'organo di vigilanza inglese impone il rispetto del principio 'Treating Customer Fairly', che prevede il trattamento equo del cliente e l'assenza di barriere per il cliente prima, durante e dopo il contratto. Un principio che abbiamo seguito anche recependo da subito le linee guida Abi-Ania sulla flessibilità dei prodotti CPI rispetto alle esigenze della banca e del cliente".

Monitorare gli SLA e garantire una formazione efficace

Attenzione al cliente significa anche il monitoraggio costante di quello che accade nella rete di filiali e delle performance del prodotto, in modo da poter intervenire in caso di difficoltà. "Sul fronte della customer satisfaction, spiega Prada, abbiamo previsto l'invio periodico di questionari per misurare il grado di soddisfazione del cliente e la percezione del brand. Al cliente offriamo anche una serie di strumenti di monitoraggio sulle performance della banca nel suo complesso, di ciascuna filiale o del singolo operatore, potendo così intervenire con

Il cuore dell'offerta è rappresentato dai prodotti di creditor protection insurance che per le loro caratteristiche possono essere abbinati a molti prodotti bancari

programmi di formazione mirata in caso di sottoperformance rispetto a un benchmark definito insieme e continuamente monitorato". Lo sviluppo delle giuste competenze allo sportello è particolarmente strategico per il business della banca. "Il modello della bancassurance danni potrebbe risentire di una mancanza di competenze all'interno del sistema bancario: è infatti indubbio che sia difficile far vendere a un operatore un prodotto di cui non comprende le caratteristiche e i vantaggi, e questo rischia di essere il caso di molti sportellisti che si trovano a vendere un prodotto non bancario".

Più valore alla creditor protection

Il cuore dell'offerta di Assurant Solutions per il mercato bancario è rappresentato dai prodotti di creditor protection insurance, ormai abbinati a qualunque finanziamento, ma che per le loro caratteristiche possono essere estesi anche ad altri prodotti bancari. "Le polizze CPI sono ormai una sorta di commodity, commenta Prada. Il nostro approccio a questi prodotti ne

prevede lo sviluppo con il cliente, realizzando un programma flessibile rispetto alle diverse tipologie di finanziamento. Nel periodo della crisi abbiamo ideato LifeStyle un prodotto diverso, non legato a un outstanding, ma associato al conto corrente, che prevede il rilascio di una lump sum in caso di decesso e invalidità totale permanente, ovvero un certo numero di benefici mensili per eventi correlati allo status lavorativo del correntista, come la perdita non volontaria dell'impiego, l'invalidità temporanea o il ricovero ospedaliero per i non lavoratori. E' un prodotto molto flessibile, che può essere incluso nei conti correnti pacchettizzati oppure proposto come prodotto da banco".

Protezione anche per PMI e condomini

E la protezione del credito può estendersi anche ad altri ambiti: le piccole e medie imprese, in particolare, ma anche i condomini e gli elettrodomestici della cucina, che spesso rappresentano una componente delle spese per l'acquisto o la ristrutturazione di un'abitazione. "Siamo in fase di lancio anche con alcuni prodotti destinati alle PMI, racconta Prada. In particolare, abbiamo studiato una rivisitata polizza KeyMen, con coperture per il decesso e l'invalidità permanente dell'uomo o degli uomini chiave di un'impresa, includendo anche la malattia grave, polizza che può essere associata a tutte le tipologie di finanziamento corporate, con una formula modulabile. Una seconda soluzione va invece a coprire, sia per la clientela retail sia per quel-

la corporate, lo scoperto sui conti correnti: non potendo ipotizzare un prodotto a capitale crescente, abbiamo optato per un TCM a capitale costante, con coperture per decesso, invalidità permanente e malattia grave. Altre novità riguardano un prodotto a tutela del condominio sulle spese ordinarie annue e una polizza di protezione pluriennale sui grandi elettrodomestici da incasso nelle cucine; quest'ultima si attiva alla conclusione dei due anni di garanzia obbligatoria e offre un programma integrato di riparazione e sostituzione del prodotto guasto, prevedendo inoltre la possibilità di ricevere un valore residuo dell'elettrodomestico come indennizzo per acquistarne uno nuovo".

A.G.

La sede americana di Atlanta

