

Genialloyd assicura risparmi nelle polizze e un servizio unico

Nunzia Pagani

● Da una ricerca di DataBank pubblicata a febbraio emerge che meno del 5% dei titolari di una polizza auto ha cambiato compagnia nel 2005 e che, nell'ultimo anno, sono stati poco più del 15% gli assicurati che hanno richiesto almeno un preventivo a un'altra compagnia. Le associazioni dei consumatori, intanto, hanno intrapreso un'imponente campagna di sensibilizzazione sui prezzi della Rc Auto e sono continui gli allarmi sui veri o presunti aumenti delle tariffe. In sostanza, quando si parla di assicurazione, gli automobilisti sembrano sempre arricciare il naso. Ma è davvero così? Gli italiani sono realmente insoddisfatti della loro assicurazione?

Le ricerche di mercato sembrano confermare il contrario. La Doxa, in collaborazione con Busacca & Associati, ha elaborato un Osservatorio sulla «customer satisfaction» nei servizi 2006 intervistando 3.300 italia-

ni che, a sorpresa, hanno eletto Genialloyd, la compagnia assicurativa di vendita diretta del gruppo Ras, come l'azienda italiana con l'indice di soddisfazione più elevato in assoluto. Anche la stessa DataBank, che ogni anno assegna un premio per la customer satisfaction nel settore Rc Auto, per cinque anni consecutivi ha assegnato questo riconoscimento dei clienti a Genialloyd. È proprio a Paola Mercante, direttore generale di Genialloyd, abbiamo chiesto qual è il segreto per trasformare un «boccone amaro» come l'assicurazione auto in un motivo di soddisfazione per i clienti.

«Il nostro fattore di successo è l'attenzione che dedichiamo ai nostri assicurati: li ascoltiamo, chiediamo il loro parere e, soprattutto, mettiamo a loro disposizione un team di consulenti preparati in grado di assisterli sia in fase di sottoscrizione del contratto che, soprattutto, in caso di sinistro per tutte le procedure di denuncia e liquidazio-

ne. Non a caso l'indice di soddisfazione dei nostri clienti è maggiore tra quelli che hanno avuto

un sinistro rispetto a quelli che non hanno avuto incidenti».

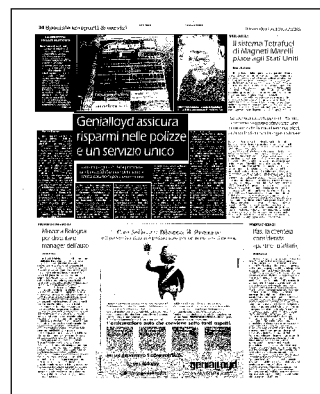
C'è inoltre l'aspetto economico, che spesso riveste un ruolo fondamentale nella scelta di una compagnia on-line rispetto al tradizionale rapporto con l'agenzia assicurativa. «I nostri clienti hanno dichiarato di aver risparmiato mediamente il 30% sulla loro polizza auto», prosegue la Mercante. «Se questo risparmio va di pari passo con un servizio di qualità, la soddisfazione del cliente è assicurata». Un cliente «evoluto», che confronta i prezzi su Internet e al telefono per trovare il miglior rapporto qualità-prezzo, è potenzialmente un cliente «infedele».

«Abbiamo messo in campo una serie di iniziative per fidelizzare la nostra clientela», spiega la Mercante. «La "Formula Famiglia", a esempio, consente un risparmio sulle polizze sottoscritte dai membri di uno stesso

nucleo familiare.

Abbiamo inoltre da poco lanciato l'iniziativa «Assicurati un Amico» che consente di risparmiare sul rinnovo fino a 150 euro sulle polizze auto e fino a 50 euro sulle moto e di partecipare all'estrazione di tre fantastiche crociere Msc. Importanti innovazioni sono state inoltre introdotte sul fronte della liquidazione: abbiamo creato una rete di carrozzerie convenzionate che garantiscono una riduzione dei tempi di riparazione e, grazie al nuovo servizio di «Pronta Liquidazione», sarà possibile snellire significativamente anche i tempi e le procedure di liquidazione». Il progetto è partito in fase pilota in Lombardia ma sarà progressivamente esteso alle altre regioni italiane nel corso del 2006. «I nostri periti di fiducia - prosegue la top manager - dopo aver accertato il danno conseguente a un sinistro, propongono immediatamente al cliente una liquidazione e l'intera pratica viene chiusa nel giro di pochi giorni».

La compagnia è stata premiata per la «soddisfazione del cliente». Tante soluzioni per auto e moto



**LA CERTEZZA:
PREZZO BLOCCATO**

Sono frequenti i casi in cui gli automobilisti chiedono un preventivo per confrontare il prezzo della polizza auto anche se questa non è in scadenza. Spesso accade però che, magari a distanza di mesi, al momento dell'acquisto della polizza la compagnia abbia introdotto modifiche tariffarie e il cliente debba pagare un premio più alto di quello prospettato. Per ovviare all'inconveniente, Genialloyd ha introdotto la formula «Blocca il Prezzo» che consente di mantenere invariato per dodici mesi il preventivo della polizza. Il cliente risulta così tutelato in caso di rialzi tariffari, mentre nell'eventualità di un ribasso, potrà beneficiare della tariffa più vantaggiosa.

[NuPag]



SUCCESSO A sinistra, la sede di Genialloyd. Sopra, il direttore generale Paola Mercante