



CASE STUDY

Cattolica Assicurazioni ottiene una conoscenza olistica della clientela grazie alla piattaforma integrata di Customer Relationship Management

## CASE STUDY

Cattolica Assicurazioni ottiene una conoscenza olistica della clientela grazie alla piattaforma integrata di Customer Relationship Management

Cattolica Assicurazioni ha realizzato un ecosistema di Gruppo basandosi sulle funzionalità di una moderna piattaforma CRM, ottenendo una comprensione del cliente a 360 gradi e dando inizio ad un percorso di crescita basato sui dati.

### La sfida: sfruttare gli insight per mettere il cliente al centro.

Cattolica Assicurazioni è uno dei principali player assicurativi in Italia con quasi 3,6 milioni di clienti, 1.439 agenzie diffuse su tutto il territorio e una rete di 1.924 agenti. La Compagnia, che nel 2018 ha registrato una raccolta premi di quasi 6 miliardi di euro, conta dodici società assicurative e di bancassurance oltre alla capogruppo, cui si aggiungono altre società attive nell'ambito immobiliare, agricolo e di servizi operativi.

Negli ultimi anni il Gruppo ha disegnato una strategia orientata al cliente, partendo dall'utilizzo dei dati a disposizione di tutta l'azienda per ottenere insight sui clienti. La Compagnia era consapevole che quest'ambizione richiedeva una modernizzazione dei processi e delle piattaforme utilizzate.

Le filiali e le agenzie locali gestivano le relazioni con i contraenti in autonomia rispetto al resto dell'organizzazione, comprese la raccolta e la conservazione di tutta l'anagrafica, le stipulazioni dei contratti e le richieste di risarcimento.

La crescita del business aveva comportato l'adozione di quattro differenti piattaforme CRM ormai obsolete che richiedevano ciascuna una propria gestione e manutenzione.

I dati aziendali erano frammentati, spesso duplicati con conseguenti inefficienze e incompletezza delle informazioni utili ai team marketing e vendita.

### La soluzione: adottare un approccio cloud ibrido progressivo.

Cattolica ha scelto l'approccio strategico ibrido modulare suggerito da Avanade, che ha avviato un progetto quinquennale finalizzato all'aggiornamento e trasformazione progressiva delle piattaforme di customer relationship management della Compagnia. Il piano condiviso prevedeva la migrazione modulare di tutti i sistemi CRM su un'unica versione on-premise attuale e consolidata. Questa fase strategica ha consentito alla Compagnia di raggiungere gli obiettivi prefissati relativi all'orientamento al cliente, creando al contempo un'unica piattaforma moderna adatta a futuri ampliamenti sul cloud.

*"Avanade si è dimostrata un partner affidabile e competente nell'implementazione della piattaforma CRM, permettendo alla Compagnia di coglierne le potenzialità innovative"* ha commentato Alberto Ricchiarì, Chief Information Officer di Cattolica Assicurazioni.

Con l'obiettivo primario di cambiare il paradigma della compagnia da una visione polizza-centrica a cliente-centrica il progetto ha sfruttato le metodologie del design thinking per delineare la strategia che consentisse il disegno e l'integrazione dei processi mettendo al centro la user experience. Facendo leva sul patrimonio informativo creato per tutta la Compagnia, Avanade ha implementato all'interno del programma diversi moduli personalizzati sulle diverse esigenze, progettati appositamente per i team commerciali, di marketing, di contact center e di gestione di efficientamento dei processi creando un portale di agenzia che permettesse di gestire il dialogo in maniera semplice e veloce tra la direzione e la rete commerciale.

## CASE STUDY

Cattolica Assicurazioni ottiene una conoscenza olistica della clientela grazie alla piattaforma integrata di Customer Relationship Management

### I risultati: acquisire una conoscenza a 360 gradi di ogni cliente.

Cattolica ha ottenuto numerosi vantaggi dell'implementazione del nuovo ecosistema CRM di Gruppo e del programma proposto.

#### Vendite e marketing più evoluti:

Le operazioni di vendita e di marketing si sono evolute. *“Oggi la rete di agenzie ha a disposizione un unico punto di accesso, anche in mobilità, ad un set completo di informazioni sul cliente, dalla composizione del portafoglio allo storico dei sinistri – ha dichiarato Camillo Periti, responsabile Customer experience & digital support di Cattolica Assicurazioni. In questo modo gli agenti sono in grado di offrire servizi di consulenza*

estremamente personalizzati ai clienti. In particolare, grazie a questi insight, disponibili in tempo reale, i team di lavoro possono creare anche in mobilità campagne digitali personalizzate e stimolare l'ingaggio con il cliente in un'ottica realmente multicanale. Per fare alcuni esempi: campagne ottimizzate per dispositivi mobili, campagne rivolte a gruppi di clienti specifici, gestione del contratto, dematerializzazione completa del processo di vendita e finalizzazione del contratto tramite firma elettronica avanzata, operazioni di incasso in mobilità, supporto a numerose iniziative di marketing centrate sul cliente.”

**Digital workplace:** La struttura costituisce l'ossatura di base per avviare un percorso di digitalizzazione,

nonché per un'accelerazione dei servizi e la riduzione dei costi, e per affinare la collaborazione tra filiali in uno scambio di informazioni sui clienti. Per esempio, la piattaforma CRM supporta tutte le operazioni a contatto con il cliente gestite dalle agenzie locali, snellendo al contempo il servizio di ticketing e richiesta di assistenza trasversalmente in tutta l'organizzazione.

**Central analytics:** L'attivazione della moderna piattaforma di CRM ha migliorato le capacità della compagnia di ottenere dati fruibili e ha fornito ai team di vendita e di marketing indicatori di performance strategici misurabili e obiettivi incentrati sul cliente.

#### About Avanade

Avanade è leader mondiale nella fornitura di servizi digitali innovativi, cloud, business solutions ed experience design, che fanno leva su un grande potenziale umano e sulla forza riconosciuta dell'ecosistema Microsoft. Il nostro team unisce alle competenze in ambito tecnologico una profonda conoscenza del mercato, per poter offrire ai clienti e alla loro stessa clientela, vantaggi competitivi in termini di business. Avanade conta 36.000 professionisti connessi tra loro in 25 Paesi del mondo, che mettono a disposizione dei clienti le migliori soluzioni attraverso una cultura aziendale partecipativa che rispetta la diversità e la società nella quale operiamo. Avanade, di cui Accenture è l'azionista di maggioranza, è stata fondata nell'anno 2000 da Accenture LLP e Microsoft Corporation. Per maggiori informazioni: [www.avanade.it](http://www.avanade.it)

#### North America

Seattle  
Phone +1 206 239 5600  
America@avanade.com

#### South America

Sao Paulo  
AvanadeBrasil@avanade.com

#### Africa

Pretoria  
Phone +27 12 622 4400  
SouthAfrica@avanade.com

#### Asia-Pacific

Australia  
Phone +61 2 9005 5900  
AsiaPac@avanade.com

#### Europe

London  
Phone +44 0 20 7025 1000  
Europe@avanade.com

©2019 Avanade Inc. Tutti i diritti riservati. Il nome ed il logo Avanade sono marchi registrati negli Stati Uniti ed in altri paesi. Altri marchi e nomi di prodotti sono marchi appartenenti ai rispettivi proprietari