

POLIZZE VITA

«Prodotti affidabili, semplici e trasparenti»



FRANCESCA MANFRONI

Poste Vita, la compagnia assicurativa di Poste italiane, ha appena ricevuto il World Finance Global Insurance Award 2009 come miglior compagnia assicurativa italiana dell'anno. Il premio è stato assegnato da una giuria composta da diversi esperti del settore. «Siamo molto soddisfatti per questo riconoscimento, anche perché è il secondo anno per Poste Vita», spiega Maria Bianca Farina, amministratore delegato della società.

Partiamo proprio da qui.

Il premio, promosso da World Finance, una delle più importanti riviste finanziarie a distribuzione mondiale, è stato vinto da Poste Vita per la semplicità e comprensibilità della gamma prodotti, l'importante sviluppo nella relazione con il cliente, il continuo successo e la percezione di forza espressa nel mercato assicurativo italiano. Evidentemente, il lavoro svolto in questi anni è stato seguito con attenzione anche

dalla business community internazionale. Bisogna pensare che la nostra Compagnia ha solo dieci anni, ma già da tempo è entrata di diritto tra i big del mercato assicurativo vita italiano, diventandone uno dei maggiori operatori. Per il secondo anno consecutivo si è confermata la prima compagnia italiana per raccolta premi nel ramo Vita, riuscendo a raggiungere una significativa quota di mercato, pari a circa il 10 per cento. La raccolta complessiva realizzata a fine giugno da Poste Vita S.p.A. supera i 40,6 miliardi di euro, a fronte di più di tre milioni e mezzo di polizze assicurative collocate.

Qual è il segreto del vostro successo?

Sono tanti i fattori che hanno permesso alla nostra Compagnia di crescere in maniera così importante in un mercato competitivo come quello assicurativo. Primo fra tutti la cultura aziendale orientata alla soddisfazione del cliente. Il nostro obiettivo principale consiste nel fornire la migliore soluzione assicura-

tiva e il miglior servizio, con un ottimo rapporto qualità prezzo, a tutti i clienti. Grazie a un'offerta differenziata, suddivisa in quattro diverse aree - Investimento, Risparmio, Protezione e Previdenza - siamo in grado di rispondere alle esigenze assicurative di tutti gli italiani con prodotti sicuri, semplici e trasparenti, convenienti, accessibili, al miglior prezzo tecnicamente possibile, costruiti con garanzie innovative e senza alcuna penalizzazione. Di conseguenza, il nostro portafoglio prodotti è in continua evoluzione, in quanto vogliamo arricchire la gamma dell'offerta adattandola alle esigenze della clientela, cercando di essere attenti a cogliere tutti i segnali che arrivano dal mercato per proporre soluzioni adeguate.



Un'altra strategia di successo riguarda la formazione della nostra forza vendita. Insieme alla Capogruppo abbiamo messo a punto un percorso formativo che vede il continuo coinvolgimento di migliaia di operatori di Poste Italiane. Un'offerta formativa che ha coinvolto più di 20.000 dipendenti, a diversi livelli, in tutta Italia, con giornate in aula e in modalità e-learning, dove si è alternata la formazione interna a quella fornita da strutture specializzate esterne. A supporto dell'attività formativa abbiamo predisposto anche un call center dedicato all'assistenza del personale addetto allo sportello. Ovviamente, nell'analizzare il nostro successo, bisogna considerare la forza del marchio Poste Italiane e l'efficacia della nostra rete distributiva costituita da uffici postali presenti in tutta Italia.

Quali sono i numeri della vostra clientela e quale il target di riferimento.

I nostri assicurati sono circa due milioni e il profilo della clientela è sicuramente molto eterogeneo. Per quanto riguarda il target tendiamo a dividere la nostra clientela in base all'età e a esigenze specifiche: per alcuni prodotti di investimento ci rivolgiamo a un cliente non giovanissimo, con una buona disponibilità economica e che ha avuto modo di accumulare nel tempo un certo patrimonio. Il premio medio previsto da questa tipologia di offerta si aggira intorno ai 12.000 euro. Per le persone giovani, invece, con un'età media di 34-35 anni, abbiamo prodotti di investimento e previdenziali che possono essere sottoscritti a partire da 50 euro. Postaprevenienza Valore, per esempio, è sottoscritto in particolare dai giovani che avranno maggiormente bisogno di poter contare su un reddito integrativo al momento della pensione.

Quali sono i vostri settori e i pro-

dotti di punta?

Noi crediamo molto nella funzione sociale dell'assicurazione, cui spetta il compito di creare maggiore consapevolezza sui bisogni di sicurezza e sul ruolo del prodotto assicurativo. Per questo puntiamo molto su Postaprevenienza Valore, un piano individuale pensionistico in grado di permettere a tutti, secondo le proprie possibilità, di costruirsi da subito una pensione integrativa. Ci riempie di orgoglio pensare che in meno di tre anni sono già 200.000 gli italiani che hanno sottoscritto questo prodotto. Il successo si deve anche a una proposta di vendita semplice e a un linguaggio chiaro e comprensibile a tutti, nonché alla sua accessibilità in termini di costo.

Quali sono gli obiettivi strategici della Compagnia per il prossimo anno?

Oltre a continuare a sviluppare le attività che già svolgiamo, vogliamo completare la nostra gamma di offerta con prodotti in grado di dare ampia risposta ai bisogni sociali dei nostri clienti. Allo stesso tempo il nostro obiettivo consiste nel dare maggior valore, nel tempo, alla relazione con il cliente, puntando all'eccellenza nella qualità del rapporto assicurativo. Per far questo diventa indispensabile da parte della Compagnia una maggiore focalizzazione sulla qualità del servizio post-vendita, attraverso un utilizzo sempre più «client-oriented» degli strumenti di contatto diretto con la clientela. Stiamo quindi investendo risorse importanti per sviluppare sistemi di supporto finalizzati a questo obiettivo. Stiamo inoltre lavorando insieme alla Capogruppo per specializzare ancora di più gli operatori alla vendita e al call center nella fase di assistenza.

«Ci riempie di orgoglio pensare che in meno di tre anni sono già 200.000 gli italiani che hanno sottoscritto Postaprevenienza Valore, un programma che permette a tutti di costruirsi una pensione integrativa»

Maria Bianca Farina, ad di Poste Vita, commenta il successo al World Finance Global Insurance Award come migliore Compagnia assicurativa italiana: «In soli 10 anni risultati straordinari»

Maria Bianca Farina

