

L'evoluzione digitale della specie

Dott.ssa Mirella Boldrini - Dott. Alberto Damonti

Amministratore Delegato R.I.B., Reinsurance International Brokers S.p.A. e Direttore Generale Assigeco Solutions S.r.l., Milano

Dott.ssa Mirella Boldrini

Dopo tanti anni ho pensato di cogliere l'invito del dottor Curioni a parlare in questo Convegno, e oggi lo faccio per presentarvi un'eccellenza del nostro Gruppo: Assigeco Solutions.

Chi ci conosce da tempo sa che noi prestiamo una particolare attenzione ai nostri clienti, alle compagnie, agli assicuratori e a tutte le figure del mercato italiano ed estero e li ascoltiamo. Attraverso l'organizzazione di questi Convegni diamo poi un'opportunità di ascolto e di confronto a tutti, creando così l'occasione per migliorare il nostro futuro.

L'Assigeco Solutions ha delle caratteristiche specifiche e realizza - grazie all'ascolto che è stato effettuato delle vostre esigenze e dei trend del mercato - delle soluzioni che spero potranno essere di vostro interesse, ma, soprattutto, spunto futuro di discussione all'interno delle vostre aziende.

Il dottore generale Damonti spiegherà meglio cosa Assigeco Solutions è in grado di fare, soprattutto per i prodotti "tailor-made", cioè: se avete delle esigenze organizzative particolari noi abbiamo la flessibilità, la capacità e la professionalità per aiutarvi nel vostro lavoro.

Passo la parola ad Alberto Damonti.



Dott. Alberto Damonti

Cercherò di illustrarvi brevemente quanto il “concetto di multicanalità e centralità del cliente” siano il reale fondamento dei servizi offerti da Assigeco Solutions.

Utilizzerò questa prima slide, che fotografa Alessandro Baricco durante un suo monologo in teatro, che proietta sullo sfondo del palcoscenico una cartina storica della Francia del 1791, che rappresenta la tempistica con la quale si è diffusa la notizia della fuga Luigi XVI, avvenuta il 7 giugno del 1791. Nella notte il Re di Francia decide di abbandonare Parigi e di scappare, e come potrete notare sulla cartina, ci sono delle zone della Francia che hanno ricevuto la notizia solo 9 giorni dopo. Quello che mi ha colpito durante la visione del monologo, e che voglio condividere con voi, è come Baricco racconta la figura centrale del Re, che era considerato dal popolo francese al pari di una divinità, non solo una figura carismatica, ma un vero e proprio punto di riferimento per la vita stessa. Basti pensare che tutto era dipendente dalla monarchia, anche per la produzione del pane era necessaria una licenza monarchica, così come per produrre olio e rivenderlo; tutto dipendeva dalla volontà del Re. Baricco ha utilizzato un raffronto importante durante il suo spettacolo, paragonando lo shock provocato a tutti i francesi al venir meno della figura assoluta del Re, paragonandolo allo shock che ha subito il mondo durante il tragico evento delle Torri Gemelle, che, a differenza della fuga del Re, è stato visto in diretta televisiva da milioni di persone. Allora ci sono voluti 9 giorni perché la notizia della fuga del Re raggiungesse ogni angolo del territorio francese, oggi viviamo di “real time”; abbiamo visto in diretta il secondo aereo schiantarsi su una delle torri; la morte di Bin Laden è stata comunicata 3 minuti dopo su Twitter e, il 67% degli inglesi ha utilizzato i social media per visionare i Giochi Olimpici.

La successiva slide “fotografa” i numeri degli utilizzatori del “mondo E-social” generatosi negli ultimi 4 anni, dove possiamo evidenziare quale escalation si sia verificata: da 1,5 miliardi di utenti internet nel mondo in soli 4 anni il numero degli utilizzatori è raddoppiato. Gli utenti Facebook si sono decuplicati arrivando a 1 miliardo, e come



si può evincere, gli altri dati continuano nel trend e ci fanno comprendere quanto sia diventato fondamentale il "mondo Web".

Per quanto concerne il mercato italiano, possiamo riscontrare che gli utilizzatori Internet sono il 63% raggruppati in due fasce di età distinte, ma quello che certamente oggi dobbiamo considerare quando vogliamo rivolgerci al "pubblico internet" è che tali utilizzatori sono abituati a reperire molte delle informazioni necessarie ad ogni bisogno, tramite i motori di ricerca, Facebook, YouTube, Google ecc... Ormai l'utente digitale è stato posto al centro della comunicazione, mentre prima la "subiva" (nel senso che era trasversale) tramite stampa, tv e radio, senza avere modo di interagire. Oggi invece l'utente digitale è posto al centro nella misura in cui va a ricercare le informazioni necessarie, ma non solo, diventa altresì un attore attivo nel momento in cui interagisce e partecipa alla composizione di parte di queste notizie immettendo nel sistema le proprie opinioni.

La centralità dell'utente principale ha portato a una "democratizzazione dell'informazione", perché oggi l'utente ha la possibilità di fare delle ricerche sistematiche durante la visione di pubblicità, di trasmissioni televisive e di prodotti specifici. Un terzo degli utenti web è l'unico decisore finanziario della famiglia; parliamo di circa 10 milioni di italiani. È banale dire che il web è un canale di comunicazione e di vendita, è meno banale l'attenzione che le aziende dovranno porre alla gestione del cliente digitale, la quale, per molte realtà, in effetti è una strada che stanno già percorrendo. Da un'indagine Nielsen si può notare qual è la perdita di mercato per un'azienda, derivante dalla cattiva gestione del cliente, soprattutto quando si tratta di un cliente digitale che denuncia all'interno della rete il disservizio ricevuto, contribuendo così al passaparola tipico della rete.

Il contatto con il cliente digitale deve diventare una parte fondamentale del rapporto e delle diverse forme di comunicazione, mentre spesso e volentieri i nostri sistemi di accoglienza al cliente sono abbastanza ridondanti e pesanti. Come si può notare, sempre da un'indagine Nielsen, si è calcolato che un utente medio impiega 9,5 minuti per parlare con un operatore preparato alla gestione della richiesta e, converrete con me, che questo è fondamentalmente inaccettabile.

Fino a 5 anni fa il canale di contatto preferenziale era quello telefonico; oggi invece è palese riscontrare che l'utenza ha cambiato effettivamente necessità e che si autoregolamenta gestendo le proprie problematiche con prodotti di self service messi a disposizioni dalle



I NUMERI DEL «E-SOCIAL»



ITALIA UTENZA DIGITALE CENSIS 2013 (per fascia di età)

attività	18-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	55-64 anni	65-74 anni	75+ anni
Utilizzo di Internet	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di e-mail	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di social network	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di e-commerce	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di informazione	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di servizi	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di intrattenimento	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di servizi	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di servizi	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di servizi	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di servizi	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5
Utilizzo di siti di servizi	95,5	88,5	81,5	74,5	67,5	60,5	53,5

MULTISCREEN. DEMOCRATIZZAZIONE DELL'INFORMAZIONE



L'UTENZA



stesse aziende. Tutto ciò comporta un fisiologico cambiamento sia delle aziende che dei consumatori; per le prime mutano le strategie rivolte agli investimenti che sempre più sono rivolte agli aspetti tecnologici, per i consumatori cambiano le modalità di accesso all'informazione e le modalità d'acquisto. Ma per entrambe le categorie, oggi esiste uno strumento che consente l'utilizzo della multicanalità, uno strumento che tutti portiamo in tasca, che è lo Smart Phone e da dove noi riusciamo a gestire tutte una serie di canalità, sia come individuo e sia come consumatore, e a volte capita che le aziende non riescono a gestire una piattaforma così ampia. Per gestire si intende che alcune delle informazioni provenienti dalle diverse canalità vengono ancora editate a mano e quindi questo comporta, a volte, perdita di tempo e di informazioni e non solo, non viene garantita una cross canalità al consumatore.

Il cattivo servizio implica una perdita reale

Assigeco Solutions in collaborazione con Icona Srl ha realizzato una piattaforma tecnologica in grado di gestire la multicanalità in real time da un operatore specializzato, è attiva 24 ore su 24 e 365 giorni l'anno. Questa soluzione ci ha permesso anche di sviluppare altre implementazioni gestionali della comunicazione a distanza in real-time, fornendo la possibilità a consulenti finanziari di banche di offrire il servizio di consulenza da sedi remote; una soluzione che è già stata attuata da una Cassa di Credito Rurale.

La piattaforma che Assigeco Solutions ha realizzato è in grado di gestire tutte le multicanalità, producendo un beneficio sia in termini di gestione e salvaguardia dello storico, sia un aggiornamento matematico e sistematico del ticket, quindi, ogni qualvolta l'azione viene svolta da una delle diverse canalità, viene riportata all'interno della piattaforma e salvata aggiornando lo storico delle comunicazioni intercorse.

È stata realizzata una sala riunioni all'interno di un piccolo istituto di credito che detiene tre filiali sul territorio e la necessità di avere un unico consulente finanziario. Quindi, all'interno di uno spazio, insonorizzato e riservato, sono state poste delle tecnologie in grado di accogliere il cliente appena ha terminato un prelievo dal bancomat; per esempio, si apre una porta che affaccia sulla sala riunioni ed un assistente virtuale che appare su un maxi televisore lo invita ad entrare. L'assistente virtuale non è altro che il consulente finanziario che in quel momento controlla, appena inserito il bancomat, lo status finanziario del cliente e procede alla formalizzazione di proposte mirate. Altresì può essere preso un appuntamento telefonico e gestito poi sempre in

LA SFIDA DELLA CUSTOMER CARE NELL'EPOCA DEI SOCIAL

338 miliardi di dollari. Il 78% delle persone interrompe infatti una transazione se si trova di fronte ad un cattivo servizio clienti



- 28% addette sui Social lo primo experience negative con i servizi clienti
- 71% di quelli che non ha il proprio bancomat a casa spende il 90% del proprio budget
- 27% di quelli che non ha il proprio bancomat a casa spende il 90% del proprio budget
- 52% di quelli che hanno ricevuto una risposta hanno una reazione positiva verso il brand
- 22% di quelli che non hanno ricevuto una risposta si sono disamorati

Le persone che cercano informazioni esclusivamente a brand o prodotti, si fidano anzitutto dei propri conoscenti (84% dei casi) o di opinioni pubblicate online da altre persone (62%)

Metodo Global Trust in Advertising and Online Research



CONSIDERAZIONI

IL PRINCIPALE MOTIVO DI PERDITA DI UN CLIENTE



- 71% dei clienti non hanno concluso la loro relazione o hanno chiuso un servizio clienti insoddisfatto.

INSTRUMENTI PERCEPTI DI «BUIO SERVIZIO»

- Problema ricorrente
- Scarsa di FFR rispondenti a strumenti di self care troppo limitati
- Azienda in linea troppo silenziosa
- Mancanza di servizio
- Difficoltà nel cambiare i canali di accesso



Nei sistemi analizzati a marzo, in media un cliente impiega 3,5 minuti, nel tentativo di raggiungere un essere umano quando il proprio canale preferito è automatico

Progetto Assigeco

L'EVOLUZIONE TECNOLOGICA

IERI



Un Unico canale di contatto con il cliente

CINQUE ANNI FA I CLIENTI UTILIZZAVANO IL TELEFONO QUALE CANALE DI CONTATTO PREFERENZIALE

OGGI IN GENERALE PREFERISCONO PIU' CANALI DI CONTATTO, SPESSO SELF-SERVICE E NON FACE-TO-FACE



OGGI

Le nuove tecnologie creano diverse possibilità di comunicazione e molteplici canali di contatto con il cliente

IL «DIGITAL» PERVADE CONSUMATORI E IMPRESE



Multicanalità per un'esperienza personalizzata

Consulenza personalizzata 24/7 online e mobile

Da mobile: tutto ciò che serve da parte del cliente

Competizione per un'esperienza personalizzata mobile

Alta fidelità e alta retention

Numero contatti con il cliente (2013 vs 2014)

Progetto Assigeco

IL MOBILE PARTE ATTIVA DEL QUOTIDIANO



video conferenza, a distanza, quindi non nella sede della banca.

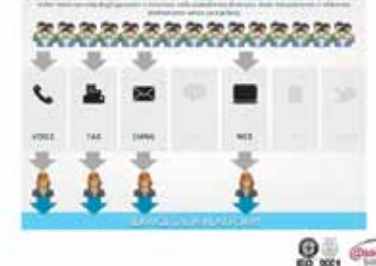
Assigeco Solutions utilizza questa piattaforma per la gestione di altri servizi che svolge attualmente per i propri clienti, come i servizi di apertura sinistri nella RC auto. In collaborazione con aziende partner Assigeco Solutions ha realizzato una piattaforma software in grado, tramite Smart Phone o Tablet, di entrare in contatto, a seguito di un incidente auto, con un operatore specializzato. Abbiamo realizzato una app con la quale si accede automaticamente al servizio e un nostro operatore specializzato fornirà tutta l'assistenza e le informazioni necessarie al fine di rassicurare il cliente e coadiuvarlo nella gestione dell'evento e, cosa secondo noi molto importante, l'operatore sarà in grado di assistere il cliente nel luogo e nel momento dell'accadimento. Ognuno di noi è un "cliente" e credo che, da clienti, se ci ponessimo una banale domanda: "quale sarebbe secondo te il miglior servizio possibile?" l'unica risposta sarebbe la seguente: un assistente a disposizione 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno. Assigeco Solutions ha fatto della centralità del servizio al cliente la propria filosofia di vita; scaricando una semplice app il cliente potrà intrattenere una conversazione non solo telefonica, ma potrà vedere in viso l'operatore associando una voce anonima ad un volto. Abbiamo sviluppato questo prodotto che non solo è in grado di rassicurare il cliente quando ne ha bisogno, ma è altresì in grado di effettuare delle riprese video e fotografiche dell'incidente per poi poter aprire contestualmente il sinistro sul sistema gestionale della Compagnia. Il sistema pensato, consente innanzitutto il rispetto delle ottemperanze IVASS in termini di temporalità dell'apertura del sinistro, ma anche un impatto sulla gestione dei costi della compagnia e non solo derivanti dalla riduzione delle tempistiche gestionali del sinistro, ma derivanti anche da una consapevolezza del Cliente delle riprese video e/o delle fotografie effettuate ed agli atti, utili alla diminuzione delle frodi alle Compagnie.

Avrei potuto, e forse dovuto, terminare qui il mio intervento, ma questo evento è anche un momento di confronto e quindi colgo l'occasione per lanciare una provocazione: attualmente possiamo considerare i social media dei partners oppure dei futuri competitors? A quanto possiamo riscontrare dal mercato, le conclusioni sono che i grandi player mediatici stanno per entrare nel mercato assicurativo, e non sono gli unici a farlo, già da diversi anni assistiamo alla costante ingerenza di nuovi player, che non hanno nulla a che fare con il nostro mondo, ma che detengono la relazione con il

CUSTOMER CARE MULTICANALE H24 365 gg/anno



LA MULTICANALITA' TRADIZIONALE



LA MULTICANALITA' TRADIZIONALE



LA SFIDA DELLA CUSTOMER CARE NELL'EPOCA DEI SOCIAL



PERSONAL ASSISTANT

- ASSIGECO in collaborazione con la Società ICONA S.p.A. ha realizzato Personal Assistant, una piattaforma tecnologica in grado di gestire la multicanalità e offrire nuove soluzioni per banche e assicurazioni a supporto della loro clientela, gestita in real time da un Operatore specializzato.
- La nuova soluzione tecnologica proposta, si basa sulla possibilità di attivare conversazioni audio/video attraverso tre canali: modelli di erogazione e contesto:
 - ASSIGECO CONSULTANT (soluzione per la gestione della consulenza professionale o di banca)
 - ASSIGECO MEETING (soluzione per la gestione ed effettuazione degli appuntamenti dagli utenti con i consulenti)
 - ASSIGECO ASSISTENT (soluzione per il supporto e la perdita di dati agli assicurati)
- I valori della soluzione sono:
 - Ottimizzare il costo delle risorse preziose delle aziende
 - Aggiungere i tempi di risposta dei clienti, su tutto il territorio, a qualsiasi ora
 - Offrire l'opportunità di un contatto con il Personal Assistant attraverso un canale di comunicazione che nei tempi di attesa è il video.

cliente finale e che quindi decidono di usare i loro punti vendita e le loro reti distributive per la commercializzazione di prodotti assicurativi; basti pensare alla grande distribuzione, ai rivenditori di tecnologia, rivenditori d'auto e circuiti di carte di credito. Proprio la settimana scorsa leggevo che un importante produttore di mobili ha deciso di effettuare un primo test di distribuzione di polizze di assicurazione, ed è lo stesso attore che 5 anni fa ha deciso di commercializzare, oltre ai mobili, i relativi elettrodomestici da incasso chiamando al tavolo soggetti del calibro di Whirlpool ed Electrolux e, trovando un accordo, ha iniziato la commercializzazione. Cinque anni dopo il Gruppo Ikea è diventato il primo rivenditore al mondo di elettrodomestici da incasso. Se consideriamo che attualmente detiene 55 milioni di fidelity card attive e che, se la proposta assicurativa dovesse cogliere un risultato di penetrazione pari all'1%, potremmo serenamente affermare che sarà nato un nuovo player assicurativo con 550mila clienti. Motivare la scelta di molti player di sbarcare nel mondo assicurativo è banale, semplicemente perché, se ben gestito, il rischio assicurativo produce ancora i suoi buoni effetti ed è certamente redditizio. Forse la domanda che noi assicuratori dovremmo porci è perché a difesa dei nostri mercati non dovremmo effettuare un'invasione di altri mercati? Come interagire con altri mercati a beneficio del core business primario, quello assicurativo? Certamente partendo da una prima analisi dei competitors e dei loro mercati core e, in alcuni casi, assimilando le loro esperienze ed adeguandole ai nostri bisogni. Cercherò di essere più chiaro: qual è il nostro attuale costo di acquisition client? Dobbiamo fare campagna di sostegno al brand e al singolo prodotto. A questo dobbiamo aggiungere i costi delle reti di vendita, almeno il 30/35% del premio viene eroso dai predetti costi di acquisition. Certo competere con social media che hanno qualche miliardo di clienti può risultare un'impresa ardua, soprattutto considerando che, loro, i clienti li hanno tutti i giorni collegati sui loro sistemi e che, per loro, il costo di contatto è praticamente nullo. Abbiamo pensato, quindi, che un incubatore di servizi e prodotti esclusivi a costi agevolati e addirittura, in alcuni casi, completamente gratuiti, messi a disposizione dei consumatori con offerte giornaliere, possa essere un'attrattiva che consentirebbe alle compagnie di intercettare il cliente senza doverlo cercare e facendo in modo che il consumatore sia costantemente stimolato ad accedere ai nostri sistemi. Assigeco Solutions ha realizzato un nuovo prodotto,



ASSIGECO CONSULTANT

- Si tratta della soluzione per la gestione consulenza professionale a distanza, per estendere l'orario continuato nelle filiali non presidiate fisicamente, presidiare più filiali con un'unica risorsa e qualificare il servizio nelle filiali "deboli".
- Il sistema è costituito:
 - da una postazione cliente dotata di lettore tessere biometriche per accesso area ATM/UFFO, videoregistrazione, scrivania multimediale, sistema audio/video professionale, schermo per visione d'insieme in remoto, stampante remota, processore e confort gestibile da gestione remota del locale
 - da una postazione gestore dotata scrivania multimediale, sistema audio/video professionale, applicativo software per il riconoscimento del Cliente, applicativo "Scheda Cliente", applicativo "Anagrafe convenzioni", applicativo dinamica, applicativo "Nemo venere"

ASSIGECO MEETING

- Si tratta della soluzione per la gestione degli appuntamenti di un consulente finanziario o assicurativo, Assigeco Solution prevede di fissare via Web con Clienti selezionati un appuntamento, gestendo l'agenda del Consulente, che lo stesso potrà consultare direttamente ed attivare consulenze audio/VIDEO.
- Il sistema è costituito:
 - da un portale Web con accesso del consulente dove è possibile visualizzare il calendario delle giornate e negli orari di possibili appuntamenti sulla base della propria disponibilità, la consultazione della propria agenda personale e gli appuntamenti fissati con i potenziali Clienti, l'attivazione di un cliente che potrà associare ad una foto/video inviati.
 - da un portale Web con accesso cliente dove è possibile visualizzare il calendario del funzionario assicurativo, visualizzando sotto le disponibilità di giornate e orari messi a disposizione ed eventualmente richiedere la modifica dell'appuntamento che gli provvederà a riprogrammare.

ASSIGECO ADJUSTER

- Si tratta della soluzione per la gestione per il supporto ai clienti in caso di incidenti stradali che può essere anche utilizzata dai periti che devono effettuare i rilievi sulle auto danneggiate presso gli assicurati o nelle carrozzerie.
- Il sistema è costituito da:
 - un software lato azienda che consente di attivare una sessione audio/video remota per visualizzare filmati in real time remoti
 - una App per smart phone o tablet lato cliente che consente di effettuare con il proprio smart phone o tablet un video o dalle foto relative ad un incidente occorre

ASSIGECO ADJUSTER - SCENARIO

- Il cliente scarica la App sul proprio smartphone o tablet.
- Se si trova coinvolto in un'incidente attiva la App ed effettua una chiamata audio/video con il Personal Assistant; e dopo aver raccontato quanto è accaduto, viene assistito, indirizzato e rassicurato.
- Il Personal Assistant provvederà a fornire tutte le informazioni necessarie per la compilazione del CIO, alla formulazione della denuncia alla propria Compagnia, avviare la richiesta familiari e potrà attivare la richiesta di lavoro del veicolo, ecc...
- Il Personal Assistant può chiedere al cliente di inquadrare con il proprio smart phone o tablet la scena dell'incidente e mentre la richiesta riesce a vedere in tempo reale quanto viene ripreso.
- Il Personal Assistant può chiedere al cliente di utilizzare un apposito bottone per salvare delle specifiche foto a suo avviso da fissare.
- Il video o le foto vengono salvati in automatico nei sistemi aziendali ed associati all'assicurato per la gestione della successiva pratica.

inizialmente pensato quale prodotto ideale a sostegno di "campaign loyalty", e/o servizio integrativo a coperture infortuni e malattia; ma riconducendovi all'incubatore poc'anzi citato, perché non pensare di regalarlo a tutte le mamme? Sono convinto che avremmo contatti mensili con gli utilizzatori, essendo il prodotto SAVE.ME un passaporto sanitario elettronico, un archivio elettronico in cui creare, consultare e aggiornare in ogni momento e luogo il personale Profilo Sanitario, archiviare i referti e gli esami diagnostici. Consultabile in ogni momento in ogni parte del mondo, con un semplice "click", il servizio è accessibile grazie ad una app dedicata, tramite PC e Smart Phone, anche in modalità off-line; un numero verde internazionale e chat consentono il contatto diretto con una Centrale Operativa 24 ore su 24, 365 giorni l'anno e con un Operatore pronto a fornire assistenza ed a mettere in contatto l'utilizzatore con un medico per un primo consulto sanitario in caso di necessità. Il Cliente utilizzatore viene dotato anche di una card da portare sempre con sé e, qualora, durante un'emergenza sanitaria, non fosse autosufficiente o incapace di intendere e volere, il personale sanitario di primo intervento, riscontrando la card e seguendo le istruzioni riportate sul retro, potrà accedere velocemente alle informazioni sanitarie e riscontrare le informazioni salva vita contenute nella sezione "ALERT BOX", che compare sulla prima videata, e che contiene informazioni utili in caso di emergenza, quali se allergico a farmaci, se diabetico, se portatore di pacemaker o altro, l'utilizzatore potrebbe essere soccorso e salvato grazie a una semplice card.

Il servizio prevede inoltre, in caso di gravi patologie, di poter beneficiare dell'accesso immediato a consultazioni specialistiche in tutto il mondo offerte da centri di eccellenza specializzati per le patologie in questione. Grazie al prodotto SAVE.ME ed al servizio di Second Opinion, oggi possiamo pensare di eliminare anche i famosi, e ahimè tristi, "viaggi della speranza" spostandosi dal Sud al Nord Italia o addirittura all'estero, al fine di potersi garantire il miglior trattamento sanitario possibile. Oggi potrebbe non essere più necessario, c'è una cartella sanitaria elettronica che può essere trasferita ai centri di eccellenza, e solo dopo aver ricevuto un secondo parere da medico specializzato, si possono decidere le migliori cure possibili. Brevemente illustro come avviene l'upload dei referti sanitari, delle cartelle cliniche: innanzitutto come abbiamo potuto osservare viene rilasciata all'utilizzatore una card con una password, il cliente si collega e co-

SOCIAL MEDIA: ATTUALI PARTNERS O FUTURI COMPETITORS ?

"In line players", come Google, Facebook e Apple, si stanno già muovendo per posizionarsi in modo decisivo sulla parte più calda della curva del nuovo ecosistema, "grazie ad una moltitudine di numeri conosciuti al perfezionamento di massa della rivoluzione con il cloud".

Il compito di leader resta ancora più sfidante: dal liquido emergono il social business che rivederemo una struttura rivoluzionaria della rete del cloud.

«Google ha acquistato Next Labs per offrire agli utenti un'esperienza di ricerca personalizzata ("la cosa legata di attività del consumatore e anticipare i risultati, contenuti emergenti").

«Apple ha lanciato HealthKit, un kit software che si interfaccia con dispositivi intelligenti di partner industriali (es. bracciali Fitbit) per condividere informazioni e gestire la diagnostica direttamente sui propri smartphone».

«Il grande punto di attenzione per la comunità è che "l'evento esponenziale" in possibilità di ingresso di player specializzati naturalmente più portati all'innovazione, alla gestione organizzata di grandi moli di dati e ad un'efficienza basata di sempre con i propri clienti attraverso un sistema di cui cambiano molti pilastri».

Fonte: Insurance Day 2012

Adriano Di Marco



EVOLUZIONE DEI COMPORTAMENTI DEI CONSUMATORI: ADEGUAMENTO TECNOLOGICI, NUOVI SERVIZI E NUOVI MERCATI

✓ Apprecio altri Mercati, reagire alle incrinazioni nel mercato assicurativo e della bancassurance.

✓ INCUBATORE di nuovi servizi e prodotti

✓ Abbattimento dei costi di acquisizione clienti, grazie alle offerte qualificate di servizi e prodotti a condizioni agevolate

✓ Inibire i Clienti presso le Fila/Agenzie per il ritiro dei prodotti



Adriano Di Marco



LA SERENITA' SI VESTE DI SEMPLICITA'

In qualsiasi parte del mondo ed in qualsiasi momento, avrai la serenità di poter accedere alla tua storia sanitaria e di renderla disponibile con un semplice "click". Per ricevere assistenza sanitaria sia in Italia che all'Estero la Cartella Sanitaria Elettronica potrà essere tradotta nelle principali lingue rendendo immediatamente consultabili dai medici stranieri i Dati Sanitari in caso di emergenza. Potrai contare sulla sicurezza di ricevere una seconda opinione medica telematica entro 72 ore dalla richiesta da Centri di Eccellenza in caso di gravi patologie.



Info Richiedi la Tua Card



FINALITA' DELLA CARTA SANITARIA ELETTRONICA

Un archivio elettronico in cui creare, consultare e aggiornare in ogni momento i tuoi Dati Sanitari, archiviare i referti e gli esami diagnostici.

Per te il personale sanitario una base telematica consultabile per utilizzare subito i tuoi dati ed adeguare secondo necessità i trattamenti alla storia clinica e alle informazioni utili in caso di emergenza (allergie, farmaci, diabete, scompenso ecc.).

SAVE ME
by
Assegno Soluzioni

Indicare e riferire tutti i propri medici curanti e delle persone da consultare al fine di facilitare l'assegnazione di competenze multi-professionali nel processo diagnostico-terapeutico, grazie alla base telematica disponibile ai principali produttori del Sistema Sanitario.

Poter garantire l'accesso immediato e consultabile specialistiche offerte da centri di eccellenza in caso di gravi patologie, ricevendo il secondo parere entro 72 ore dalla richiesta. Cartella Sanitaria tradotta nelle principali lingue, e sempre disponibile in modalità "off-line".



Adriano Di Marco

EMERGENCY CARD



La Emergency Card ha le dimensioni di una normale Carta di Credito, 8,55x5,4 (cm), con uno spessore 0,76 (mm), e fatta in materiale laminato per assicurare maggiore resistenza nel tempo. Immediatamente riconoscibile, con i colori generalmente associati all'emergenza medica, e con all'interno la scritta «EMERGENCY CARD». Nel retro sono riportate in inglese le istruzioni di utilizzo, e stampata in rilievo sulla parte frontale la password di accesso in lettura al sito www.save.me.it



Adriano Di Marco

struirà per la prima volta la sua anamnesi all'interno dello spazio dedicato. C'è una password di sola lettura messa a disposizione, indicata direttamente sulla card per poter accedere alla storia sanitaria. Oggi una persona su 25 riceve un'assistenza medica sbagliata, non solo per l'incapacità di chi interviene nel riconoscere l'evento, ma anche perché il personale sanitario non è a conoscenza della storia pregressa del paziente. Al fine di consentire anche a chi non ha molta dimestichezza con la tecnologia il semplice caricamento degli esami e referti sanitari, il sistema consente il caricamento tramite foto con il proprio Smart Phone; le immagini saranno archiviate nella sezione di riferimento per cronologia temporale.

Inoltre, grazie ad un servizio di traduzione, la cartella sanitaria può essere tradotta nelle principali lingue straniere e divenire un valido strumento di viaggio per pazienti con patologie croniche che necessitano di assistenza costante; questo vorrebbe dire poter disporre della propria storia clinica ed accedere alle cure appropriate anche in viaggio all'estero.

Pensiamo ai nostri figli coinvolti in programmi di studio all'estero, che potrebbero così disporre in ogni momento delle informazioni sanitarie.

SAVE.ME offre inoltre un servizio di Geolocalizzazione in grado, tramite GPS inserito in accessori di utilizzo comune, orologi, braccialetti, Smart Phone, Tablet, collari per animali, di offrire tutta una gamma di assistenze in grado di assicurarvi una serenità nel caso di situazioni di difficoltà per voi, i vostri cari e i vostri animali. Localizzare e tracciare la posizione dei vostri figli, Parenti affetti da malattie degenerative della memoria, per escursioni, sci, sport estremi, viaggi d'avventura, animali domestici.

QUANDO LA MULTI-CANALITÀ FA RIMA CON LA SEMPLICITÀ



UPLOAD



GEOLOCALIZZAZIONE

SAVE.ME offre un servizio di Geolocalizzazione in grado tramite GPS inserito in accessori di utilizzo comune, orologi, braccialetti, Smart Phone, Tablet, collari per animali, offre tutta una gamma di accessibilità in grado di assicurarvi una serenità nel caso di situazioni di difficoltà per voi, i vostri cari e i vostri animali. Localizzare e tracciare la posizione dei vostri figli, Parenti affetti da malattie degenerative della memoria, per escursioni, sci, sport estremi, viaggi d'avventura, animali domestici:

- ✓ Localizzazione e tracciatura
- ✓ Ascolto ambientale
- ✓ La possibilità di abbinare Polizze Viaggi, Polizze Infortuni Malattia, Casse Sanitarie
- ✓ PET; SAVE.ME permette anche di caricare il Passaporto Sanitario obbligatorio per l'espatrio dei propri animali



SAVE.ME

- ✓ Accessibilità, la propria storia medica consultabile da qualsiasi PC, Smartphone, Tablet in qualsiasi parte del mondo
- ✓ Disponibilità, di poterla avere tradotta nelle principali lingue
- ✓ Accessibilità off-line, ovunque tramite APP da tuo smart phone
- ✓ Serenità, di poter vigilare sulla sicurezza dei tuoi cari tramite la geolocalizzazione
- ✓ Supporto, un «help desk» dedicato accessibile a tutte le ore del giorno, da qualsiasi parte del mondo anche tramite numero verde internazionale, chat, fax e mail
- ✓ Semplicità di archiviazione dei propri documenti sanitari tramite wizard anche da APP



POTENZIALITÀ D'UTILIZZO

SAVE.ME offre l'opportunità alle Aziende che acquistano il prodotto per i propri dipendenti o clienti, di creare un VALORE AGGIUNTO e di migliorare l'immagine dell'Azienda, in particolare offre interessanti soluzioni nel caso di «loyalty program», e di «loyalty marketing», legate a prodotti assicurativi come Vita, Infortuni, Polizze Viaggio.

- Da creazione di Valore della Persona all'Interno dell'Azienda
- Responsabilità i propri dipendenti
- Fidelizza i clienti
- Offre un Benefit aziendale con un investimento minimo
- Valorizza linee di Prodotto aumentando la competitività

