

GENERALI ITALIA, LA NUOVA STRATEGIA DEL CANALE DIRETTO “FACCIAMOLA SEMPLICE”

AL VIA LA NUOVA GENERTEL 100% NATIVA DIGITALE: RIVOLUZIONE L'ESPERIENZA CLIENTE

Polizza in 1 minuto, sospensione e riattivazione polizza in 1 secondo 24/7, denuncia con una foto e rimborso in 3 minuti

Genertel la prima grande Insurtech italiana con 5 tecnologie per un'esperienza semplice, conveniente e personalizzata: dati&cloud, realtà aumentata, biometrico, intelligenza artificiale, interfacce conversazionali

Genertel in 3 anni punta al massimo indice di mercato per soddisfazione Clienti e a rafforzare la leadership nel canale diretto

Target: NPS superiore a 50pp.; crescita del 40% base clienti del canale diretto a complessivi 1,5 milioni per Genertel e Genertel Life; oltre 65% clienti in modalità self service

Genertel rafforza la natura sociale dell'assicuratore: nasce BeeGood, programma di social give back della community dei clienti su cause sociali più vicine ai propri valori

Con la nuova Genertel, Generali completa la trasformazione tecnologica e digitale di tutti i canali distributivi in Italia: oggi digitali 100% agenzie e oltre 70% di polizze; +48% di clienti soddisfatti che consigliano Generali (NPS +22pp. in tre anni)

Marco Sesana, Country Manager & Ceo Generali Italia e Global Business Lines ha dichiarato: *“In cinque anni abbiamo cambiato il modo di fare assicurazione trasformando la cultura aziendale, accelerando sulla tecnologia e introducendo nuove competenze. Quando abbiamo intrapreso la strategia “Partner di Vita – 2021” ci siamo posti l’obiettivo di rivoluzionare e migliorare l’esperienza dei nostri clienti, investendo €300 milioni in innovazione, competenze e persone. Oggi abbiamo una Rete con il 100% di agenzie digitali, una nuova generazione di offerta con più prevenzione, servizi e tecnologia con oltre il 70% di polizze digitali. Una trasformazione di successo confermata anche dall’aumento dell’indice di soddisfazione dei nostri clienti e della crescita della quota di mercato. Oggi acceleriamo ulteriormente rivoluzionando il canale diretto in Italia per portare l’esperienza dei clienti agli standard delle imprese dei servizi digitali”.*

Renato Agalliu
Responsabile Ufficio Stampa

M. +39 342 1889490

renato.agalliu@generali.com



www.generali.it

Maurizio Pescarini, CEO e General Manager di Genertel e Genertel Life ha affermato:
“L’innovazione fa parte del dna di Genertel. Oggi confermiamo questa nostra attitudine lanciando la nuova strategia che porterà Genertel ad essere la prima grande insurtech italiana. Ancora una volta puntiamo ad evolvere l’assicurazione in Italia rendendola più semplice, conveniente e personalizzata: con la nuova Genertel assicurarsi diventa un gesto spontaneo. Tutto ciò è stato reso possibile grazie a persone, competenze, una nuova organizzazione agile e l’introduzione delle più sofisticate tecnologie. Oggi nasce anche BeeGood, la community dei nostri clienti per sostenere la collettività scegliendo le progetti e cause sociali. Con la nuova Genertel offriamo al cliente tutto il buono dell’assicurazione”.

Milano. Prima ad introdurre l’**assicurazione diretta** in Italia, oggi Genertel accelera per una crescita di valore e punta ad essere la **prima grande Insurtech** del Paese **rivoluzionando il canale online** per un’**esperienza cliente straordinaria**.

Al via la **nuova Genertel, 100% nativa digitale**, ideata e realizzata in modalità smart e agile working in meno di 18 mesi, che consente di sottoscrivere la polizza in **meno di 1 minuto**, sospendere/riattivare ed integrare la copertura, anche dopo l’acquisto, con un semplice clic **in 1 secondo 24/7**, e di ottenere con una semplice foto un rimborso danni automatico **in meno di 3 minuti**.

Il nuovo modello di business per portare l’**esperienza dei clienti agli standard delle imprese di servizi digitali**, fa leva sull’utilizzo esteso di 5 tecnologie: **dati&cloud** (per il miglioramento del pricing e l’engagement), **realtà aumentata** (che ricostruisce le specifiche parti di un’auto e la tipologia di danno), **biometrico** (per effettuare la segnalazione del sinistro via video), **intelligenza artificiale** (per la stima automatica dell’importo di un sinistro con video/foto), **interfacce conversazionali** (con l’utilizzo di chatbot).

L’ambizione della nuova strategia è quella di offrire, entro i prossimi tre anni, la miglior customer experience su 4 ecosistemi di bisogno: **mobilità, casa, benessere e pet**.

A dicembre del 2021 sarà già disponibile l’offerta in ambito **mobilità**.

Un nuovo approccio alla mobilità. Oltre ad essere completamente digitale, l’approccio alla mobilità sarà semplice, sicuro, conveniente e personalizzato sulle esigenze del cliente. L’uso della telematica e dei servizi digitali, infatti, permetterà di ottenere un pricing migliore basato sull’uso effettivo del veicolo; il cliente potrà migliorare lo stile di guida grazie alla trasparenza del sistema a punti basato sul livello di rischio corso sulla strada; e l’attenzione alla sicurezza sarà sempre presente grazie all’attivazione automatica dell’assistenza in caso di incidente. La protezione del cliente sarà, inoltre, garantita sulle **diverse soluzioni di mobilità** utilizzate (**auto privata, car sharing, bici, bike sharing, trasporto pubblico**), integrando i diversi attori della catena del valore (**officine, piattaforme Mobility As A Service, concessionari**).

Con la nuova Genertel si **rafforza la natura sociale dell’assicuratore**. Nasce infatti **BeeGood**, il programma di **social give back** della community dei clienti su cause sociali più vicine ai propri valori per supportare la comunità con progetti solidali. Genertel ha deciso di sostenere i progetti di onlus attive in tutto il territorio in ambito **sociale, ambientale e sanitario**. Dal 2022, l’impegno si focalizzerà, in particolare, su 4 cause sociali e ambientali: **alimentazione sana**, per bambini e famiglie fragili con **Ora di Futuro insieme alle onlus Mission Bambini, Csb, L’albero della vita**; più **alberi e parchi**, per aria pulita in tutta Italia con **Arbolia**; più **sorrisi e abbracci**, per bimbi malati con **Vidas**; più **cure e ricerca**, per malattie neuromuscolari con **Telethon**.

La presentazione della nuova strategia è avvenuta oggi a Milano in occasione dell'open day "Facciamola Semplice", che ha coinvolto dipendenti, partner, media.

Genertel in 3 anni punta a crescere e a rafforzare leadership. Target: crescita NPS superiore a 50pp.

Grazie alla nuova strategia e al nuovo modello di business Genertel in 3 anni punta a crescere e rafforzare ulteriormente la leadership nel segmento dell'assicurazione diretta in Italia, con l'obiettivo del 65% clienti in modalità Self service, un NPS superiore a 50 pp. e una crescita del 40% della base clienti del canale diretto a complessivi 1,5 milioni per Genertel e Genertel Life. Oltre al modello operativo, la rivoluzione di Genertel ha interessato anche il brand che è stato rinnovato per renderlo più moderno e in linea con il brand digitale, caratterizzato allo stesso tempo da un forte tocco umano e maggiore empatia.

Con la nuova Genertel, Generali completa la trasformazione tecnologica e digitale di tutti i canali distributivi in Italia

Con l'avvio della nuova strategia di Genertel, **Generali Italia completa** in 5 anni il **percorso di innovazione e trasformazione tecnologica e digitale di tutti i canali distributivi** che ha previsto il ridisegno di: **processi, competenze, modelli di business e modi di lavorare**. Una profonda trasformazione per essere una Compagnia più semplice e digitale e per essere "Partner di Vita": rinnovato l'82% dell'offerta per famiglie e imprese con **più prevenzione, servizi e tecnologia**, abilitato al digitale il 100% delle agenzie Generali e Alleanza; digitalizzato oltre il 70% delle polizze. Un percorso che ha portato una **maggiore soddisfazione dei clienti**, con +48% di clienti soddisfatti che consigliano Generali (NPS +22pp. in tre anni), e una **crescita più profittevole** rafforzando la leadership, con un +6,3% della quota di mercato, **oggi al 18,6%**.

In 5 anni Generali Italia ha introdotto nuove capacità e nuovi di modelli di business con la creazione di:

- **Una società di servizi lot e connected insurance (Generali Jeniot) con un'offerta diversificata (Mobility Devices & Services, Smart Home, Connected Pet) e già oggi ci sono 3,2 milioni di clienti connessi.**
- **Un nuovo Polo e modello Health&Welfare** per prevenzione, stili di vita sani e attivi, le migliori cure per una salute e un benessere alla portata di tutti. In particolare, attraverso **Generali Welion** 1,9 milioni di clienti sono stati destinatari di teleconsulto e oltre 2 mila strutture connesse per l'accesso alle cure.
- **Nuove modalità di lavoro più agile con nuove competenze:** per costruire la migliore esperienza cliente, le funzioni di Advanced Analytics, Customer Experience Design e Digital Factory sono pienamente integrate nel business; assunti oltre 200 data scientists, data engineers, customer designers, digital experts. Grazie alla Smart Process Automation più del 70% delle richieste di assistenza dei clienti avviene entro un'ora, sono completamente automatizzate oltre 200.000 richieste di assistenza, 1 milione di comunicazioni e 100.000 liquidazioni per rimborso spese malattia.

Generali Italia conta oltre 25,6 miliardi di premi totali e una rete capillare di 40 mila distributori, oltre ai canali online e di bancassurance. 13 mila dipendenti, 138 miliardi di asset under management. A Generali Italia fanno capo Alleanza Assicurazioni, Das, Genagricola, Genertel e Genertellife, Generali Welion e Generali Jeniot.

Genertel è la Compagnia assicurativa diretta di Generali Italia. Fondata nel 1994, oggi è fra le prime assicurazioni dirette in Italia. Insieme a Genertellife - la prima compagnia diretta vita in Italia - costituisce l'unico polo assicurativo vita e danni dedicato ai canali diretti e alternativi.