



IL PAGAMENTO CONVERSAZIONALE, NUOVO TOUCH POINT PER IL CLIENTE

La Request To Pay è già standard a livello europeo. Può diventare la tecnologia abilitante di nuovi prodotti e strumenti che stanno nascendo nel mondo delle polizze. Inoltre, può aumentare la soddisfazione del cliente e la possibilità che il contraente resti fedele nel tempo.

L'industry insurance si trova nel pieno di una profonda trasformazione operativa, dei modelli di business, normativa, alla quale ha saputo rispondere facendo leva su insurtech ed innovazione.

Instant ed embedded insurance, value added services ed ecosistemi stanno ormai diventando la normalità e, spesso, i clienti finali si aspettano un'esperienza seamless dal primo contatto alla liquidazione di un sinistro.

Il momento del pagamento, però, rimane oggi ancorato a modelli tradizionali che ostacolano il buon funzionamento del processo. Che sia l'incasso del premio intero o frazionato (o di una franchigia/rivalsa), di uno dei tanti servizi del perimetro beyond insurance, anche questa fase può (e deve!) essere un momento di scambio, facile e veloce, con il cliente.

La *Request To Pay* (R2P o pagamento conversazionale), già standard a livello europeo, può essere la risposta perfetta: non si tratta di un nuovo strumento, ma di una innovativa customer experience indipendente dal canale e dalle modalità scelte per completare la transazione, che aggiunge una componente di informazione ed interazione al momento dell'incasso.

I CASI D'USO NEL MONDO ASSICURATIVO

Sono numerosi i casi di utilizzo mappati per il mondo assicurativo, nei quali la R2P copre l'"ultimo miglio" di flussi già strutturati; indubbiamente, questa forma di instant payment può però diventare fulcro e tecnologia abilitante della pletora di nuovi prodotti e strumenti che vediamo nascere anche nel mondo delle polizze; pensiamo al *Buy Now Pay Later*, ad esempio: l'accattivante corrispettivo *Insure Now, Pay Later* può essere impreziosito da un'esperienza innovativa, nella quale il consumatore o l'azienda ricevono una richiesta di pagamento, ricca di informazioni, solo

(continua a pag. 4)

Podcast

Le polizze apocalittiche

Caduta di asteroidi, pandemie globali, rapimenti alieni. Sembra che stia arrivando la fine del mondo. Ma esistono davvero delle coperture contro questi rischi o sono solo mosse commerciali per vendere altri prodotti? Scopriamolo insieme.

Ascolta la puntata



Insurzine.tv

Pensione, ai ripari con l'integrativa

In questa nuova puntata de "L'altra faccia della spirale", Vincenzo Iorio ci spiega come si possa potenziare il proprio piano pensionistico e assicurarsi un futuro finanziario più sereno.

Guarda la puntata





nel momento in cui il contratto lo ha previsto e che necessita di pochi clic per essere completata.

Attraverso il pagamento conversazionale, che ha tra l'altro il pregio di poter essere IBAN based e quindi più economico rispetto ai modelli basati su carta di credito, la Compagnia (o Agenzia e Broker) può ottimizzare il processo e contestualizzarlo rispetto alla specifica interazione con il cliente, inviando attraverso mail, SMS, o WhatsApp un link real-time e proprio nel momento in cui il cliente ha ricevuto tutte le informazioni necessarie, massimizzando la possibilità di successo immediato dell'incasso e riducendo la possibilità di errori ed invalidità della copertura per ritardi o omissioni (anche in buona fede!).



Arcangelo Gagliano

Offrire un'opzione di pagamento user-friendly, moderna ed accattivante aumenta la soddisfazione del cliente e, di conseguenza, la possibilità che il contraente resti fedele nel tempo e, anzi, consigli ad altri l'esperienza vissuta nel complesso.

Grandi benefici possono essere individuati nella gestione della collection, come azione istantanea e successiva al contatto con il debitore eliminando i passaggi non necessari.

Nel caso di prodotti o servizi di terze parti distribuiti attraverso piattaforme ed ecosistemi gestiti dalla Compagnia, tra l'altro, l'utilizzo di R2P è in grado di incrementare la conversione di vendita e costituire una importante fonte di revenues addizionali.

In generale, si tratta di uno strumento che ha il pregio di consentire forti risparmi operativi semplificando la fase di riconciliazione e riducendo la manualità ed i costi di fatturazione; la sua flessibilità, inoltre, consente di creare piani taylor-made in accordo con le necessità e le preferenze del singolo cliente.

Immaginiamo, ad esempio, la regolazione necessaria per l'adeguamento di un premio (polizze Motor pay-per-use, aggiunta di familiari sui piani sanitari, ampliamento della copertura Casa, nuovi massimali,...): la R2P è lo strumento ideale per assicurarsi che il premio segua dinamicamente le condizioni di polizza.

Oppure, pensando a soluzioni insurtech già esistenti, l'utilizzo di Generative AI darà di certo nuovo slancio ai cosiddetti chatbot, software progettati per gestire conversazioni con l'assicurato; questa nuova modalità di instant payment consentirebbe di chiudere il cerchio, automatizzando anche la regolazione a valle del contatto.

LA REALTÀ DI TAS

“Il nostro Gruppo, TAS, negli anni ha accompagnato numerose Banche ed Assicurazioni nel percorso verso la digital transformation, ed ha ben presente le difficoltà che un intervento sui propri sistemi di pagamento può comportare - racconta ad *Insurzine*, **Arcangelo Gagliano, Account Manager di TAS** - per questa ragione, ha sviluppato all'interno della propria Global Payment Platform un modulo plug&play specifico per gli use cases assicurativi, basato su microservizi e di immediata fruibilità anche grazie alla possibilità di utilizzare la licenza IMEL (Istituto di Moneta Elettronica) della quale dispone, in modalità as-a-service, implementando le nuove funzionalità senza l'obbligo di dover impegnare tempo e risorse nel lungo iter di richiesta di una propria licenza”. “In ultimo, ma non meno importante, per le transazioni finanziarie la sicurezza informatica è una condizione imprescindibile: la piattaforma TAS - conclude Gagliano - soddisfa i più elevati standard internazionali e consente di salvaguardare il cliente e la Compagnia da possibili rischi cyber”.

Red.

Insurzine Weekly

Direttore responsabile: Andrea Turco andrea.turco@insurance-arena.com

Editore e Redazione: iArena S.r.l. - Via Melchiorre Gioia 66 - 20125 Milano

T: 393 8743512 E-mail: info@insurzine.com

Per inserzioni commerciali: commerciale@insurzine.com

Testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Milano - Numero iscrizione al ROC 37012