

Il prodotto vita: la struttura metodologica dello studio

La soluzione si basa su una **ricerca integrata** che prevede le seguenti fasi:

A. fase qualitativa: per l'**approfondimento della customer experience** e per **l'analisi dei momenti di verità** in corrispondenza delle 3 seguenti fasi del ciclo di vita del prodotto:



- polizza **appena sottoscritta** (entro 6 mesi)
- polizza **sottoscritta da un tempo sufficiente a consentire una valutazione** (da 3-4 anni)
- polizza **scaduta e liquidata** dalla banca (entro 6 mesi)

B. fase quantitativa: per l'analisi del mercato (bancarizzati che hanno stipulato una polizza vita con la banca), **monitora gli indicatori di Customer Satisfaction** e consente anche il **confronto** con i principali indicatori rilevati attraverso **L'Osservatorio Ania sulla CS degli assicurati**.



C. moduli ad hoc quantitativi: **consentono alle singole Compagnie di misurare la soddisfazione dei propri assicurati** nei confronti del **prodotto vita** erogato tramite il canale bancario.



Il prodotto vita: le aree esplorate in dettaglio

2

Relativamente alla **distribuzione delle polizze VITA**, in considerazione del fatto che esiste già un bacino di clientela servita attraverso il canale bancario, gli obiettivi che l'indagine prende in esame sono così sintetizzabili:

Caratteristiche della clientela vita proveniente dal canale di Bancassicurazione:



- analisi del **profilo socio-demografico**
- analisi del **profilo assicurativo e finanziario**

L'esperienza di sottoscrizione della polizza vita attraverso la banca:



- **qualità percepita** dal cliente e suo **livello di soddisfazione** nel complesso, relativamente alle singole aree/aspetti dell'esperienza (momenti della verità)
- **priorità d'intervento** individuate mediante il confronto fra il livello di soddisfazione e l'importanza delle singole componenti delle singole aree/aspetti (piani di azione)
- **legame fra soddisfazione e comportamenti/orientamenti futuri** (fedeltà, *advocacy*...) e valore del *Brand* (la componente sovrastrutturale della relazione).