Soddisfatti ma disposti a cambiare

Indagine Ania Eurisko: il 70% dei clienti è più che contento dei servizi ottenuti

Pagina a cura di
Federica Pezzatti

Nonostante la sfiducia generale, la soddisfazione degli assicurati nei confronti delle compagnie resta stabile. Chi si considera appagato, attribuendo il voto di sette e di otto al proprio assicuratore, è il 70% contro il 68% del 2010 e il 62% del 2007. I clienti che assegnano una valutazione oltre la sufficienza sono il 90%. Il dato emerge dall'edizione 2013 del monitoraggio condotto dall'Ania insieme all'istituto di ricerca GFK Eurisko che «Plus24» è in grado di anticipare. Lo studio "La customer satisfaction nel mercato assicurativo" è stato condotto sui capifamiglia assicurati tra i 18 e i 74 anni, pari a 18,8 milioni di nuclei familiari, cioé il 90% delle famiglie italiane.

Una collaborazione nata nel 1994, giunta all'ottava edizione, con l'obiettivo di presidiare il delicato tema della relazione tra cliente e impresa, seguendone l'evoluzione e consentendo alle singole compagnie analisi di posizionamento e *benchmarking*. L'Osservatorio ha registrato ormai quasi 20 anni di analisi continuativa del rapporto, non sempre facile, tra imprese assicuratrici e clienti. Gli anni peggiori sono stati quelli dal 2001 (59% di soddisfatti con voto tra sette e otto) e il 2004, quando la popolarità delle compagnie era scesa a 56%, appena sopra la sufficienza. Il rapporto compagnie-clienti ha invece retto bene alla crisi del 2008. I dati della nuova edizione dell'Osservatorio confermano dunque la positività della relazione tra compagnie assicurative e clienti.

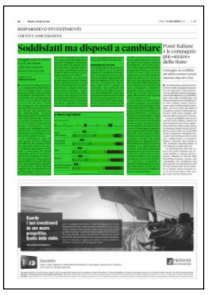
«Con l'edizione 2013 ha inizio un processo di ulteriore allargamento dell'Osservatorio sia per campo di analisi sia per metodologie di ricerca», spiegano dall'Associazione delle compagnie –. Il punto di vista delle rilevazioni demoscopiche è ora integrato con l'approfondimento dei fattori strutturali che influenzano la relazione tra clienti e imprese, sviluppato con il coinvolgimento del Carefin (*Centre for Applied Research in Finance*) dell'Università Bocconi».

DINAMISMO NELL'RC AUTO

Uno dei fenomeni che caratterizzano l'edizione 2013 è la crescita significativa del bacino di assicurati che dichiarano di aver cambiato compagnia negli ultimi due anni: ha raggiunto il 26%, dal 22% del 2010 e 20% del 2007. Il fenomeno dello *switch* è guidato, in particolare, dai movimenti del mercato auto che registra una crescita delle dinamiche esplorative e d'acquisto soprattutto sui canali diretti. In questo segmento continua ad aumentare in modo significativo la quota di assicurati che negli ultimi due anni, in prossimità della scadenza del contratto, hanno chiesto preventivi a provider diversi dal proprio fornitore di riferimento: l'attivazione esplorativa delle opportunità di offerta ha riguardato ben il 44% dei clienti (38% nel 2010 e 33% nel 2007). Continuano a crescere in modo significativo (dal 15% del 2010 all'attuale 25%) gli assicurati auto che per conoscere l'offerta dei concorrenti utilizzano internet (siti delle stesse compagnie o comparatori), mentre resta costante la quota di chi, per la stessa attività, si rivolge direttamente alle agenzie (al 22% come nel 2010).

L'area relativa al servizio fornito dalla compagnia, che considera sia gli aspetti che riguardano le informazioni fornite al cliente che quelli relativi alle modalità di erogazione del servizio, raccoglie valutazioni sostanzialmente stabili rispetto alla scorsa edizione. Nello specifico l'area delle informazioni continua a essere giudicata pienamente soddisfacente da due clienti su tre. Si confermano, in particolare, i buoni risultati delle compagnie sulle comunicazioni e informazioni sui prodotti già sottoscritti, mentre il sistema è più debole sugli aspetti che riguardano le comunicazioni di proposte su nuove soluzioni o su aggiornamenti di prodotto. Anche per le modalità di erogazione del servizio i nuovi dati mostrano *performance* sostanzialmente stabili su tutti gli aspetti analizzati: correttezza, efficienza e precisione. In generale, il *ranking* di soddisfazione non cambia, evidenziando ancora una volta l'esistenza di spazi di miglioramento sull'innovazione.

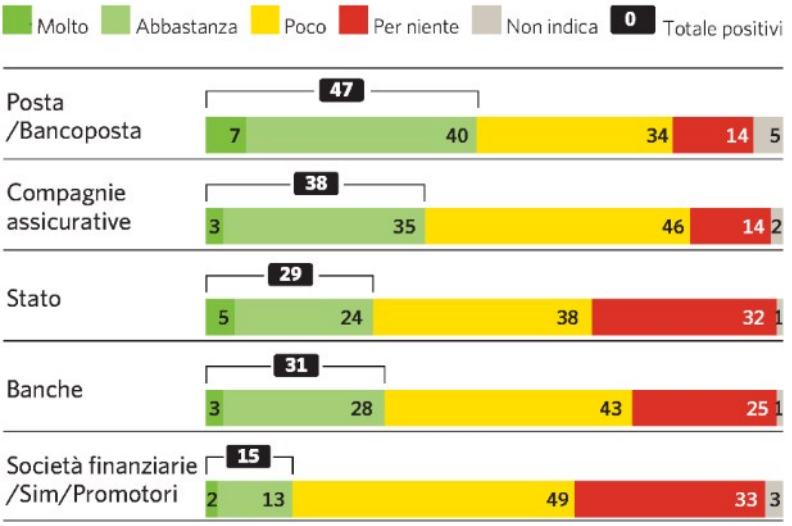
© RIPRODUZIONE RISERVATA



data stampa
Monitoraggio Media
32° Anniversario

La fiducia degli italiani

Dati in percentuale



FONTE: Osservatorio Ania/Eurisko, «La customer satisfaction nel mercato assicurativo», VIII edizione, 2013

data stampa
Monitoraggio Media
32° Anniversario