

The logo for 'DIALOGO' is centered within a white rectangular box. The word 'DIALOGO' is written in a stylized, multi-colored font where each letter has a different color (D: green, I: blue, A: light blue, L: pink, O: yellow, G: orange, O: red). The white box is set against a background of two solid red rectangular blocks on either side.

Profilo e catena del valore aziendali

Realizzato per AssoLowcost

Luglio 2008



Databank S.p.A. - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Italia
Telefono (02) 721071 - Telefax (02) 72107333

Dialogo è in grado di offrire polizze ad un prezzo sensibilmente inferiore rispetto alle compagnie tradizionali grazie a:



- assenza di costi di intermediazione
- struttura centralizzata
- efficienza di processi tecnologicamente avanzati
- elevata personalizzazione della tariffa

Dialogo ha costruito il suo business model e il suo vantaggio competitivo su:

- **Organizzazione del servizio** on line e con numero verde, grazie alla quale tutte le attività si gestiscono in tempi molto rapidi, alcune, la richiesta di preventivo, la stipula, la denuncia, con il contributo diretto del cliente. La disponibilità del servizio è di 24 ore su 24 su internet e per tutta la giornata per telefono.
- **Tariffe personalizzate**, con l'utilizzo di numerosi parametri e un risparmio per la maggior parte dei clienti
- **Prezzi inferiori** rispetto alla media del canale tradizionale, del 20-30%, fino al 40% per i clienti target, ottenuti grazie a:
 - assenza di costi di intermediazione
 - centralizzazione geografica delle strutture,
 - tecnologie che riducono tempi e costi di processo,
 - selezione dei rischi

- **Il prezzo:** grazie all'assenza di costi di intermediazione, alla centralizzazione e alla elevata tecnologia dei processi, ad una personalizzazione molto sofisticata ed esasperata della tariffazione, le polizze sono offerte ad un prezzo sensibilmente basso (363 € in media nel 2007).
- **Innovazione e solidità della tradizione del gruppo di appartenenza:** nuove modalità di raccolta e di gestione, innovative e in costante miglioramento, in grado di sfruttare gli asset tecnologici, informativi, finanziari e di immagine del gruppo di appartenenza, leader nel mercato nazionale.
- **L'orientamento al Cliente:** tutti i processi sono orientati al cliente per offrire semplicità, velocità ed efficienza di servizio, migliorare la soddisfazione della clientela ed aumentare la fedeltà e la disponibilità al passaparola.

- forte crescita delle telefonate gestite, da 260.000 nel 2007 a 240.000 nel I° semestre del 2008
- forte crescita dei preventivi, da 62.000 nel 2007 a 80.000 nel I semestre del 2008, con un alto tasso di conversione
- 38.000 contratti, per il 65% nuovi, in crescita del 15% rispetto al 2006 e del +100% rispetto al 2007
- 14.2 milioni di euro di raccolta premi (+12,6% rispetto al 2006)

La mappa del posizionamento competitivo di Dialogo

