



Profilo e catena del valore aziendali

Realizzato per AssoLowcost

Aprile 2008



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

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



The advertisement features a woman's profile wearing earbuds. At the top, the text 'il futuro' is displayed. Below it, three service highlights are listed: 'tecnologia' (polizza auto al telefono e online), 'sprechi' (risparmio RC auto fino al 50%*), and 'amore' (assistenza stradale 24/24 h). At the bottom, it encourages saving on car insurance by calling 800 20 20 20 or visiting genertel.it, and mentions 'ti amc'.

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

First mover (dal 1994) sul mercato assicurativo diretto, Genertel ha costruito il suo business model e il suo vantaggio competitivo su:

- **Prezzi inferiori** rispetto alla media del mercato (20-30%), ottenuti grazie a: assenza di costi di intermediazione, centralizzazione geografica delle strutture, tecnologie che riducono tempi e costi di processo, migliore selezione dei rischi e maggior personalizzazione delle tariffe.
- **Personalizzazione delle tariffe**, che si traduce per la maggior parte dei clienti in un risparmio, perchè l'utilizzo di numerosi parametri di personalizzazione consente una valutazione del rischio più precisa
- **Qualità del servizio**, grazie alla tecnologia, all'organizzazione veloce ed efficiente, all'innovazione continua dei processi produttivi, tutte le attività possono essere effettuate dal cliente a distanza. Con il telefono, internet e il fax, la richiesta di preventivo, la stipula, la denuncia e la liquidazione del sinistro si gestiscono in tempi molto rapidi; la disponibilità del servizio è di 24 ore su 24 su internet e per tutta la giornata per telefono.

- **L'orientamento al Cliente:** tutti i processi sono orientati al cliente. La convenienza, la velocità e l'efficienza del servizio sono determinanti per migliorare la soddisfazione della clientela, aumentare la sua fidelizzazione e generare un passaparola positivo.
- **Innovazione e evoluzione:** la costruzione del suo vantaggio competitivo di lungo periodo è basata sull'innovazione ed evoluzione di prodotti, processi, organizzazione e comunicazione, rivedendoli costantemente per soddisfare sempre meglio le esigenze dei Clienti.
- **Il vantaggio prezzo:** grazie all'assenza di costi di intermediazione, ad una struttura centralizzata, all'efficienza di processi tecnologicamente avanzati ed alla elevata personalizzazione della tariffa, le polizze sono offerte mediamente ad un prezzo sensibilmente inferiore rispetto alle compagnie tradizionali, consentendo un risparmio annuale anche di diverse centinaia di euro.

- **La personalizzazione dell'offerta:** le tariffe sono caratterizzate da numerosi parametri di personalizzazione che consentono di ottenere una valutazione del rischio più precisa e di offrire un prodotto costruito su misura in base alle caratteristiche del Cliente e del rischio da assicurare.
- **L'eccellenza della qualità del servizio:** i clienti possono svolgere a distanza, in maniera comoda e veloce, tutte le attività relative alla vita della polizza: comunicando tramite il telefono, internet e il fax si gestiscono in tempi rapidi la richiesta di preventivo, la stipula, la denuncia e la liquidazione del sinistro con una elevata qualità della consulenza.

- 3.350 mila telefonate gestite nel 2007
- Oltre 1 milione di preventivi di assicurazione
- 685 mila contratti (+9,2% rispetto al 2006)
- 265,3 milioni di euro di raccolta premi (+7,6% rispetto al 2006)
- 663 dipendenti, con 33 anni di età media
- Leader del mercato nelle assicurazioni dirette

La mappa del posizionamento competitivo di Genertel

