



## 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



## Un modello di impresa innovativo

La prima esperienza italiana di e-commerce assicurativo, la prima ad offrire la possibilità di sottoscrivere e rinnovare la polizza interamente on line,  
**senza intermediari e low cost**

- Forti investimenti in information technology, per la **centralizzazione e l'automatizzazione dei processi**,
- Grande attenzione alla **soddisfazione dei clienti**,
- **Gamma completa di prodotti** (polizze per auto, moto, camper, veicoli commerciali, casa e famiglia, infortuni e viaggi, carte di credito, mutui e prestiti personali).

- prezzi molto competitivi rispetto alla media di mercato
- personalizzazione delle tariffe
- formazione e motivazione del nostro personale
- forti investimenti nell'information technology
- efficienza organizzativa delle attività e dei processi
- comodità, trasparenza e facilità di utilizzo del servizio
- forti investimenti in comunicazione

## La customer satisfaction più elevata del settore

Per il settimo anno consecutivo ha vinto il premio BICSI (di Databank) per la soddisfazione del cliente, con un indice di gradimento complessivo pari a 96,7, che si confronta con una media di 94,1 fatta registrare dalle compagnie dirette e con un 89,5 ottenuto dalle assicurazioni tradizionali

Migliore compagnia del mercato anche nella velocità di liquidazione del sinistro, con un indice di soddisfazione di 96,5 rispetto a uno standard di mercato pari a 78,6 (di 16 giorni inferiore rispetto alla media)

- I clienti confermano gli altri punti di forza della compagnia:
  - **capacità di offrire soluzioni** assicurative **personalizzate**
  - **chiarezza, correttezza e tempestività** delle risposte fornite
  - **rapporto** tra il costo delle polizze e i servizi offerti
  - **facilità di rapporto** con il personale e/o il liquidatore.

- 1,7 milioni di telefonate gestite dal call center
- 5,4 milioni di visitatori del sito
- 79 mila contatti attraverso e mail (per l'80% con risposta nel giorno stesso)
- 425 mila clienti nel 2007 per oltre 480.000 polizze
- 232 milioni di euro di raccolta premi (+2,4% rispetto al 2006),
- 452 dipendenti (448 nel 2006)
- Utile netto di 35 milioni di euro (nel 2006)

## La mappa del posizionamento competitivo di Genialloyd

