

Ict: un valore per il business

L'INTEGRAZIONE DELLE INFRASTRUTTURE NELL'AMBITO DI QUELLE DEL GRUPPO POSTE ITALIANE È UNA PRIORITÀ PER APRIRE SPAZI DI COMUNICAZIONE PIÙ EFFICACI CON GLI SPORTELLI E QUINDI CON I CLIENTI. A PARLARNE È FABIO CESTOLA, RESPONSABILE OPERAZIONI DI POSTE VITA

“Stiamo sviluppando una visione che interessa l'intera evoluzione dell'infrastruttura di Poste Vita, con l'obiettivo di costruire sull'innovazione”.

E' con questa importante premessa che Fabio Cestola, responsabile Operazioni di Poste Vita, inizia a descrivere come si sta muovendo la macchina operativa di una grande azienda assicurativa a livello di processi e sistemi, e la sua interazione con i processi di un grande Gruppo, Poste Italiane.

“L'innovazione è un argomento che rimane centrale nella visione al fu-

Fabio Cestola, Responsabile Operazioni di Poste Vita



turo, e per Poste Vita ed il suo management, a partire dal nostro AD Maria Bianca Farina, è la leva su cui impostare il miglioramento qualitativo nel rapporto tra noi ed il nostro cliente finale”.

Tema centrale è la necessità di ridurre in modo sostanziale i tempi di integrazione del sistema di gestione delle polizze rispetto alla struttura di vendita che è collocata e sviluppata presso Poste Italiane in qualità di distributore. L'intenzione è quella di implementare soluzioni e macro sistemi diversi per la gestione del portafoglio e per la vendita di front end che siano compatibili con le difficili dinamiche di sportello.

“Attualmente il sistema informatico di gestione delle polizze e del portafoglio è decisamente in una fase di decisa rivisitazione, afferma Cestola, ed è per questo che stiamo ragionando su come utilizzare al meglio le tecnologie web service per gestire l'interazione di sistemi ma soprattutto l'esportazione dei dati”.

L'idea di base è di implementare una soluzione che attraverso le tecnologie web service permetta di esportare la 'presentation' ed il dato coerentemente con logica di business. E' in atto una discussione costruttiva all'interno dei sistemi del Gruppo, si sta valutando come integrare le informazioni ed i processi nel modo migliore per favorire l'operatività dello sportello e quindi gestire velo-

cemente la costruzione di un'interfaccia di qualità verso il cliente. “La tendenza deve ovviamente essere quella di portare fuori informazioni con il minimo sforzo possibile perché si tratta di dividere il dato e la sua logica di esposizione dal know how assicurativo che occorre per gestirlo”.

L'idea di fondo è quindi di evolvere con sistemi orientati ai web services per soddisfare il bisogno di informazioni, mediando con la necessità di una elaborazione o un controllo dei dati a livello locale, e sfruttando l'evoluzione che il sistema di front end di Poste Italiane sta realizzando.

Definire le priorità e le attività

Un altro fronte che si apre in questo panorama di evoluzione è quello dello sviluppo e della gestione dei processi. Anche in questo caso il problema è relativo alla 'vista' integrata dei processi e delle applicazioni: il principio da cui partire è quello di dare spazio all'innovazione cercando di realizzare immediatamente una vista integrata dei processi assicurativi.

“Vogliamo anche in questo caso disporre di un sistema che consenta di utilizzare servizi basati su degli standard, integrando progressivamente le applicazioni legacy che finora hanno caratterizzato l'attività”.

In questo processo di sviluppo è essenziale definire delle priorità e le at-

GARANTIRE A TUTTI GLI STESSI VANTAGGI

I prossimi passi vedranno l'utilizzo delle tecnologie che in collegamento con le attività di dematerializzazione forniranno un accesso multicanale per dare vantaggi ai clienti finali, ma anche alla rete di distribuzione. In questo caso per esempio si potrà avere un rapporto sullo stato della polizza in mobilità, così come le informative per i clienti, con un aggiornamento pressoché istantaneo dello stato della polizza o del processo di liquidazione.

“Vogliamo sposare la tecnologia, afferma Cestola, per avere un rapporto diretto con i clienti, un filo diretto che ci permetta di gestire in modo agevole, ad esempio, gli oneri di compilazione dei documenti. Il customer care per una realtà come Poste implica l'aver un accesso facilitato ai dati e alle informazioni qualunque sia il punto di contatto, sportello, contact center o web. Vogliamo che la tecnologia sia pervasiva dei processi di Poste in modo da garantire a tutti gli stessi vantaggi. Oggi se un cliente di Poste Vita che ci scrive per la liquidazione di una polizza riceve l'accredito in 30 giorni, ma per chi accede direttamente allo sportello il tempo si riduce a 7-8 giorni. L'obiettivo quindi è abbassare le prestazioni per tutta la clientela e su tutta la filiera”.

tività conseguenti. “Dobbiamo avere una visione di ampio spettro e di largo respiro, perché quello che stiamo facendo oggi dovrà coinvolgere anche le attività, in quotidiano aumento, di Poste Assicura. Quindi è essenziale porsi domande semplici ma di fondamentale importanza in una attività massiva come la nostra. Ad esempio: quali sono le operazioni più pesanti e pressanti che vedono coinvolte tutte le funzioni aziendali? Sicuramente quelle che interessano la digitalizzazione dei contenuti informativi”.

Oggi Poste Vita deve gestire un carico tra i 4 e gli 8 mila documenti al giorno: quando Poste Assicura sarà nel pieno della propria attività questo carico di lavoro arriverà a 10/12 mila documenti al giorno. La gestione della digitalizzazione di questa massa di documenti e dati è una questione che non si risolve in poco tempo e senza l'aiuto di un service esterno.

Digitalizzare per informare

A questo proposito nel luglio 2009 è stato realizzato un service con Postel, per l'implementazione di una vera e proprio mail-room dotata di strumenti per la digitalizzazione della documentazione. Nel processo realizzato, la carta dematerializzata viene corredata di informazioni accessorie che ne consentono un processo di trattamento con fasi

automatizzate.

Il dato digitale viene così instradato verso la compagnia di competenza, vita oppure danni, ma non solo: il documento arriva al destinatario proprio grazie ai dati identificativi del cliente. La dematerializzazione dei documenti permette al Gruppo Assicurativo di avere una vista precisa dell'oscillazione del carico di lavoro: “La carta non può più così nascondere il volume di attività necessaria alla sua gestione. Report informativi preventivi sono disponibili ai vari uffici che in questo modo possono organizzare le attività”.

Tutto questo ha inoltre un altro importante e fondamentale vantaggio: il contact center al servizio dei clienti “vede” il processo di dematerializzazione e quindi ha la possibilità di verificare direttamente con il cliente l'arrivo o meno della documentazione e la presa in carico dei singoli uffici. Questo inoltre permette di implementare un sito web che oltre ad avere funzionalità di marketing e informative consente di iniziare ad automatizzare alcune attività con i clienti: “In tutto questo quindi non abbiamo spostato i dati sul web, ma abbiamo permesso un accesso web service al portafoglio. Non abbiamo spostato i dati, ma i servizi, ovvero la competenza”.

La tecnologia quindi sta diventando sempre più importante all'interno del Gruppo Poste. Lo sportello di-

venterà sempre più un punto centrale nell'attività dei rami assicurativi, per cui è necessario intervenire fin da ora nel gestire questa evoluzione. “Dobbiamo, conclude Cestola, dotarci di scenari tecnologici aperti per sposare i processi di innovazione a livello generale e perciò dobbiamo metter le tecnologie a disposizione dei prodotti, quindi dei clienti. Dobbiamo fare anche in modo che la distribuzione possa concentrarsi sempre più sulla cultura assicurativa e sulla qualità del colloquio con il cliente, senza doversi preoccupare degli aspetti tecnologici”.

Sergio Bissi