

## UNIPARMASSICURAZIONI

# Una piattaforma per misurare le performance

Costruita per aggregare i dati e identificare e monitorare il posizionamento rispetto al mercato e al benchmark di riferimento, è basata sul concetto di clusterizzazione

**L'**università di Parma, tramite Uniparmassicurazioni, ha deciso di alimentare un benchmark di riferimento delle performance delle agenzie di assicurazioni in Italia. Per fare questo, ha creato una piattaforma, costruita per aggregare i dati e identificare e monitorare il posizionamento dell'agenzia rispetto a tutto il mercato (cioè a tutte le reti) e al benchmark di riferimento (agenzie simili per dimensione, area

geografica e prodotti). Il sistema, che è basato sul concetto di "clusterizzazione", è garantito dalla partnership scientifica con l'università di Parma, come soggetto terzo e indipendente. Il sistema di interazione tramite la piattaforma punta a permettere all'agente sia un'autodiagnosi, sia il confronto delle proprie performance con quelle di intermediari simili per area geografica, dimensione, compagnia mandante.



**Claudio Cacciamani, professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari all'università degli studi di Parma**



**Sonia Peron, cultore della materia di Economia degli intermediari finanziari e professore a contratto per il corso di Insurance risk management and real estate finance.**

quelle dei loro concorrenti. I gruppi agenti, da parte loro, possono utilizzare i dati aggregati per approfondire la conoscenza dei loro iscritti e negoziare con le mandanti. Personaggi principali nell'elaborazione del progetto, **Claudio Cacciamani**, professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari all'università degli studi di Parma, e **Sonia Peron**, cultore della materia di Economia degli intermediari finanziari e professore a contratto per il corso di Insurance risk management and real estate finance.

Per l'agente, l'adesione alla piattaforma consente in maniera assolutamente anonima di alimentare il database dell'Università di Parma.

La piattaforma vuole, dunque, dare agli agenti l'opportunità di analizzare le proprie performance, ma anche di confrontarle con

## UNAT

# On line il nuovo sito internet

**N**uovo sito internet per l'Unione nazionale agenti Toro (Unat). L'innovazione è uno dei cardini del nuovo progetto di comunicazione lanciato dal presidente **Mariagrazia Musto** e dalla sua giunta. In particolare lo spazio web, che è raggiungibile all'indirizzo [www.unatoro.it](http://www.unatoro.it), ha rinnovato la grafica, e aperto l'accesso ad alcune sezioni anche senza regi-

strazione. Nella home page, si apre con varie notizie sul gruppo agenti, oltre che subito la presentazione delle agenzie iscritte e dello statuto del gruppo.

Presente anche la storia dell'organismo aziendale e il nome di tutti i presidenti e dei consiglieri che si sono succeduti dal 2003 a oggi. Altri dati sono comunicati anche nella sezione "organigramma e contatti".

Il sito non è, però, l'unica dotazione web dell'Unat, che ha anche un profilo Facebook.

Oggi, l'Unione nazionale agenti Toro ha 105 agenzie e 164 agenti iscritti.



## SPAGNA

# Gli intermediari utilizzano troppo poco la tecnologia

Gli intermediari spagnoli utilizzano troppo poco l'informatica. Il dato è stato comunicato nel corso del forum Cecas, in occasione del suo forum che si è tenuto a Madrid lo scorso 10 dicembre. Nel dettaglio, soltanto il 15% utilizzerebbe i mezzi di lavoro più moderni in maniera avanzata. Inoltre, proseguono i dati Ce-

cas, il 40% ha le normali dotazioni e le utilizza, ma il 44% non lo fa. Tutto questo in un contesto in cui il 57% dei clienti opera in modalità digitale e vuole un maggior coinvolgimento da parte del mondo della polizza. Infine, il 70% delle compagnie spagnole usa i big data e quasi il 40% si serve di applicazioni.