

Help

Il call center è una boutique

Clients importanti come Ace e Fondiaria Sai hanno già scelto i servizi di One Os, azienda torinese nata all'inizio del 2012 con un progetto innovativo: un call center di alta gamma per servizi su misura per il settore assicurativo, dal direct marketing alla gestione del postvendita

Un outsourcing di alta gamma, al cui centro stanno le risorse umane, la cura degli ambienti, la qualità del servizio. Ingredienti indispensabili per non servire il solito piatto, per usare una metafora culinaria. E proprio come un ristorante di qualità – con pochi coperti, cucina ricercata e cantina per intenditori – One Os ha creato un call center non standardizzato e non massivo, che fa della competenza settoriale degli operatori il suo elemento di forza. L'azienda torinese, attiva dal primo febbraio 2012 e già accreditata da importanti clienti in ambito finance e assicurativo, punta su una struttura "taglia boutique" e sull'approccio one to one per garantire l'eccellenza della prestazione. "Il call center di One Os ha 120 postazioni, estensibili fino a 200: una dimensione funzionale alla cura personalizzata del servizio", afferma Alessandro Minetti, direttore generale di One Os, che aggiunge: "L'obiettivo per il 2101 è

crescere fino a 180 dipendenti in organico, ma soprattutto farci conoscere dalle compagnie, il nostro target di riferimento, che invitiamo a visitarci e a metterci alla prova".

Una vision innovativa

L'azienda, fondata da tre soci con ampia esperienza in ambito Insurance, nasce da una vision innovativa, che assegna importanza non solo al risultato, ma anche e soprattutto al modo in cui viene raggiunto: "Non vogliamo essere uno dei tanti fornitori di servizi in outsourcing", conferma Minetti, "ma prenderci cura della relazione tra la compagnia e il suo cliente, per tutta

la durata del loro rapporto e non solo nel momento del bisogno, secondo il concetto di 'life cycle'. Ci occupiamo dell'assicurato prima ancora che diventi tale e sfruttiamo ogni successiva occasione di contatto nel post vendita per raccogliere informazioni utili alla compagnia per campagne di up selling e cross selling". Un modello meritevole della fiducia di un player primario a livello nazionale, che sostiene l'iniziativa come socio finanziatore: "Il gruppo Eurocall, 40 milioni di euro di fatturato e call center in tutta Italia con 3.000 collaboratori, non solo ha sostenuto economicamente il progetto, ma mette a disposizione del partner la proprie

Direct marketing per le assicurazioni

"La vendita telefonica di polizze assicurative è un servizio sfidante per l'outsourcer, a nostro avviso destinato a significativi sviluppi", afferma Alessandro Minetti. "Le compagnie hanno la volontà di incrementare la diffusione di prodotti del ramo protection, cercando di contenere e ottimizzare i costi distributivi. D'altro canto, le opportunità del mercato sono tante, perché mai come oggi è stato forte il bisogno di protezione da parte dei cittadini, in un periodo di crisi economica e nelle difficoltà in cui versano lo Stato e il welfare tradizionale. Il direct marketing è un servizio che riscuote grande interesse tra i nostri clienti e potrebbe a tutti gli effetti rivelarsi la nuova frontiera della vendita per il settore assicurativo. One Os gestisce una campagna di vendita telefonica per conto di Ace Europe, gruppo assicurativo internazionale che opera in Italia in libera prestazione di servizio. Ottanta operatori – opportunamente formati sui prodotti, sulle tecniche comunicative e sulla normativa, secondo i dettami dell'Isvap – si occupano di collocare direttamente alla clientela affinity della compagnia polizze danni in ambito retail. I prodotti fanno capo ai rami elementari e vanno dalla protezione della persona a quella della casa e della famiglia alla credit protection. Scrupolosamente seguito e motivato attraverso pratiche innovative in ambito HR, l'operatore diventa un vero venditore, capace di accrescere il vero patrimonio di una compagnia: la clientela", conclude Minetti.

Alessandro Minetti

Direttore generale di One Os



**Speciale**

**Tramite i servizi
outbound, inbound
e back office,
ci impegniamo
a trasformare
il postvendita
in opportunità
per il cliente**

risorse umane e tecnologiche in un efficace rapporto sinergico”.

**Servizi per vendita
e postvendita**

I servizi offerti da One Os riguardano due fronti distinti: la vendita telefonica, con campagne di direct marketing sviluppate su misura per il target assicurativo, e il postvendita. “Mentre per le aziende la vendita è un’opportunità, generalmente il secondo aspetto è sentito come un’esigenza inevitabile”, osserva Minetti. “Noi ci impegniamo a trasformare il postvendita in un’opportunità grazie a una gestione più efficiente delle tre tipologie di servizio offerto, l’outbound, l’inbound e il back office, ma soprattutto grazie alla formazione e specializzazione delle risorse uma-

ne. La gestione sinistri, in particolare, assume un ruolo strategico, non solo perché una corretta e puntuale liquidazione è indispensabile alle compagnie per evitare le sanzioni Isvap, ma anche perché siamo tramite tra l’assicurato che ha subito un danno e la compagnia stessa, di cui in questo frangente siamo i rappresentanti. Non si tratta solo di ricevere un documento digitalizzato e di immettere dati”, conclude Minetti, “bisogna essere in grado di entrare nella pratica e renderla fruibile al liquidatore. Attualmente forniamo questo servizio a Fondiaria Sai, con un team dedicato di 25 persone”.

F.R.

ASSICURA 7

SETTIMANALE ONLINE

LA NOSTRA INFORMAZIONE È NUOVA OGNI SETTIMANA

- tutte le ultime novità dal mondo assicurativo italiano e internazionale e dai suoi protagonisti: compagnie, istituzioni, Isvap, gruppi agenti, associazioni, broker e consulenti
- più di 40 edizioni all’anno, oltre 650 notizie direttamente nella tua casella di posta elettronica
- tutti i convegni organizzati da CEventi, tra cui il Forum della Distribuzione Assicurativa, il Security Summit sulla sicurezza informatica, seminari e tavole rotonde per approfondire le ultime novità normative e comprendere i cambiamenti in atto nel settore

ABBONARSI È SEMPLICE E GRATUITO:
www.cardieditore.com/newsletter