

# HDI Assicurazioni migliora la comunicazione con i clienti

L'azienda ha scelto la piattaforma Liferay per realizzare un customer portal dedicato con l'obiettivo di incrementare le interazioni digitali e rendere più efficaci e dirette le comunicazioni

## Sommario

HDI Assicurazioni ha avviato un processo per ridisegnare il proprio customer portal dedicato alla clientela consumer. È stato creato un nuovo spazio in cui i clienti possono accedere in tempo reale alle loro polizze e disporre le relative operazioni in modo semplice e intuitivo, nel segno di un'esperienza sempre più digitale, agile e intuitiva.

## In breve

### SETTORE:

Assicurazioni

### PAESE/REGIONE:

Italia

### CASO D'USO:

Customer portal consumer

### KEY FEATURES:

Accesso semplice e immediato all'area clienti, possibilità di operare in modalità self, integrazione con i sistemi di backoffice, personalizzazione delle comunicazioni

**I clienti hanno ora a disposizione un canale di comunicazione sempre aperto con l'azienda, per monitorare la loro posizione, disporre operazioni in modalità self e richiedere supporto in modo immediato. I contenuti sono personalizzati e l'interazione è diventata molto più fluida e intensa.”**

Stefano Fini, Chief Information Officer, HDI Assicurazioni

## Sfide

- Rinnovare il customer portal consumer, garantendo accesso continuo a posizioni e disposizioni
- Rendere digitale il customer journey, offrendo la possibilità di interagire costantemente e in tempo reale con i sistemi dell'azienda
- Incrementare l'adozione da parte dei clienti di strumenti digitali, per semplificare i processi e renderli più efficaci
- Creare un set di servizi riutilizzabile, in ottica di apertura e standardizzazione

## Risultati



### COMUNICAZIONE COSTANTE E CONTINUA

Un canale di comunicazione sempre aperto tra azienda e clienti.



### CUSTOMER JOURNEY INTUITIVO

Possibilità per i clienti di operare in autonomia e in tempo reale.



### DIGITALIZZAZIONE DELLE OPERAZIONI

Incremento delle registrazioni, delle attività delle visite all'area clienti



### SUPPORTO CLIENTI PIÙ RAPIDO ED EFFICACE

Assistenza immediata alle richieste dei clienti

## Un nuovo customer portal

HDI Assicurazioni è un gruppo assicurativo leader sul mercato nazionale con un fatturato di circa 1,7 miliardi di euro, di cui quasi 400 milioni nel Ramo Danni. In quest'ultimo comparto, la parte più significativa riguarda il segmento auto, con circa 300 milioni di premi all'anno.

Nell'ambito di una generale digitalizzazione dei propri processi, l'azienda si era posta l'obiettivo della creazione e implementazione di un nuovo customer portal che permettesse ai clienti HDI Assicurazioni una facile e immediata consultazione dei propri dati personali, delle polizze sottoscritte e dei relativi sinistri. Il sistema doveva essere predisposto all'introduzione di azioni dispositive, pagamenti digitali, consensi certificati e apertura sinistri per consentire ai clienti, una volta a regime, di operare in modalità self-service.

Per realizzare questo progetto importante, HDI Assicurazioni si è affidata alle competenze tecnologiche di everis, azienda multinazionale che si occupa di consulenza, system integration, outsourcing, parte del gruppo giapponese NTT DATA e multinational Platinum Service Partner di Liferay.

Grazie alla conoscenza approfondita del mercato e alla professionalità di everis, dopo un'attenta analisi delle proposte tecnologiche disponibili, HDI Assicurazioni ha scelto di basare il nuovo customer portal sulle funzionalità della piattaforma Liferay DXP.

Liferay garantisce la creazione di user experience ottimizzate e personalizzate, grazie a un set ricco ed efficace di strumenti e tecnologie, che risponde alle esigenze dei clienti che desiderano la massima flessibilità scalabilità e integrazione.

Il progetto di implementazione è stato sviluppato su 4 step distinti, collegati tra loro:

- **Design:** è stata creata una Agile Room, composta da persone con competenze trasversali, che ha diretto in modo efficiente ed efficace la fase di progettazione, la raccolta dei requisiti e la

realizzazione dell'applicazione basata sulla Customer Experience. Il gruppo di lavoro, supportato da esperti di UX/UI, ha consegnato il prototipo dell'Area Clienti in Visual come output della Agile Room.

- **Implementazione:** l'azienda ha scelto di utilizzare Liferay DXP e l'implementazione del nuovo portale, gestita in tempi molto ristretti, si è basata sugli output emersi nella Agile Room. Prima di iniziare l'installazione vera e propria dell'area, è stato progettato un prototipo grafico UX/UI per Desktop e Mobile.
- **Supporto:** un gruppo di Contact Center dedicato è stato formato per fornire assistenza immediata al cliente. Inoltre, per gestire eventuali picchi di richieste di azioni dispositive con i giusti tempi di risposta e permettere la fruibilità del sistema 24/7, si è deciso di integrare l'area clienti con la piattaforma di service desk aziendale.
- **Monitoraggio:** successivamente al Go-Live dell'applicazione è stato attivato un monitoraggio sulla base della raccolta dei feedback degli utenti, sulla valutazione delle prestazioni complessive del sistema

e sull'utilizzo delle singole funzioni, sia interne che rese disponibili attraverso l'integrazione di soluzioni digitali esterne.

## Risultati

Il nuovo customer portal è entrato rapidamente in produzione nei tempi programmati e ha portato immediatamente una serie di vantaggi significativi:

- La possibilità per i clienti di avere tutte le proprie informazioni a portata di mano, in modo intuitivo e immediato
- Una forte profilazione, che consente a HDI Assicurazioni di personalizzare le comunicazioni rivolte alla clientela
- Un'integrazione efficace e in tempo reale con i sistemi di backoffice, con conseguenti vantaggi in termini di efficienza operativa
- Un primo passo verso la digitalizzazione del customer journey, con la possibilità per gli utenti di interagire in modo diretto e in modalità self
- La predisposizione per funzioni dispositive, che consentono ai clienti di operare in modo attivo sul portale.

The screenshot shows the HDI Assicurazioni customer portal. It features a progress bar at the top with three steps: 'Seleziona la modalità di addebito e pagamento', 'Paga la polizza con la modalità desiderata', and 'Fine'. The first step is active. Below the progress bar, there are two main sections: 'POLIZZE O RINNOVI ACQUISTABILI' and 'MODALITÀ DI PAGAMENTO'. The 'POLIZZE O RINNOVI ACQUISTABILI' section shows a selected policy 'GLOBALE FABBRICATI' with a value of 120,00€ and a date of 10/03/2020. The 'MODALITÀ DI PAGAMENTO' section offers three options: 'CARTA DI CREDITO', 'MyBank', and 'BONIFICO BANCARIO'. The total amount is displayed as 'Importo totale 120,00 €'. At the bottom, there are 'ANNULLA' and 'PROCEDI' buttons.

The screenshot shows the 'DETTAGLIO POLIZZA' (Policy Details) page. It features a car icon and the text 'VALORE AUTO Polizza n. 123456789'. A notification states: 'Sono presenti sinistri aperti su questa polizza. Vai ai sinistri'. There is a green button labeled 'AZIONI DISPOSITIVE'. Below this, there are three columns of information: 'VALIDITÀ CONTRATTO' (10/04/2020 - 10/04/2021), 'FRAZIONAMENTO' (Annuale), and 'PREMIO TOTALE' (€ 391,00). At the bottom, there are two sections: 'CONTRAENTE' (Mario Rossi) and 'PROPRIETARIO VEICOLO' (Mario Rossi). A dropdown menu for 'S-MOTOCICLO' is open, showing 'PIAGGIO VESPA' with a value of € 391,00 and a 'Premio totale' of € 391,00.

- Un forte incremento delle iscrizioni all'area clienti, con oltre 50.000 nuovi iscritti nei primi sei mesi di operatività
- Un'elevata compliance alle normative e agli standard di settore in tema di processi e gestione dei dati

## Efficacia, efficienza, flessibilità e scalabilità

Il nuovo customer portal rappresenta oggi un canale di comunicazione sempre aperto tra HDI Assicurazioni e la sua clientela consumer.

“I clienti hanno ora a disposizione un canale di comunicazione sempre aperto con l'azienda, per monitorare la loro posizione, disporre operazioni in modalità self e richiedere supporto in modo semplice e immediato. I contenuti sono personalizzati e l'interazione si è fatta molto più intensa,” spiega Stefano Fini, Chief Information Officer, HDI Assicurazioni.

Al centro del progetto è stata posta la user experience, tanto che tutte le informazioni sul portale sono accessibili con pochi click, nel segno della semplicità e dell'immediatezza, unite ad affidabilità e sicurezza, due ulteriori qualità fondamentali che consentono agli utenti di operare in totale tranquillità. Il rapporto con il cliente si è fatto più diretto, e gli utenti hanno mostrato di apprezzare l'opzione di digitalizzazione che è stata loro offerta. Nei primi sei mesi di operatività della nuova area clienti, sono stati 50.000 i nuovi iscritti. Un aspetto rilevante è la garanzia di autonomia, puntando sulla semplicità dei processi, con il 13% dei nuovi iscritti che ha completato l'iscrizione in modalità autonoma, portando ulteriori vantaggi anche in termini di efficienza ed efficacia delle operazioni.

“Abbiamo scelto Liferay perché si tratta di una piattaforma aperta, interoperabile e protetta. La sua aderenza agli standard ci ha permesso di creare servizi modulari, che saranno anche riutilizzabili per nuove soluzioni in ottica di

ottimizzazione degli investimenti,” aggiunge Alessandro Testa, Head Of Business Operations & Transformation di HDI Assicurazioni.

“Siamo molto orgogliosi di aver supportato HDI Assicurazioni in un progetto così significativo, per l’azienda e i suoi clienti,” sottolinea Mimmo Chirico, Manager della practice Insurance di everis Italia.

“Mettere a disposizione nuovi servizi digitali è un’operazione delicata, che deve avvenire in modo innovativo, ma accompagnando gli utenti nella scoperta di nuovi servizi e processi agili, intuitivi e semplici. L’area clienti di HDI Assicurazioni offre tutto questo.”

Il progetto ha avuto un impatto rilevante anche sulla gestione dei processi e dei flussi di comunicazione in azienda, rivisti nel senso dell’agilità e della flessibilità.

I dati dei clienti vengono raccolti e gestiti con la massima trasparenza e nel pieno rispetto delle normative di compliance. La profilazione è più approfondita e permette di personalizzare meglio le comunicazioni rivolte ai clienti, in modo che siano sempre rilevanti e tempestive. A oggi, il numero totale dei clienti iscritti alla piattaforma ha raggiunto quota 221.480, con una costante crescita.

“L’automatizzazione e la digitalizzazione dei processi hanno portato vantaggi significativi, alleggerendo di molto il carico di lavoro del team IT, che ora può dedicarsi al supporto e alla creazione di nuovi servizi di business, senza dover gestire la complessità dell’infrastruttura, che oggi è davvero performante, oltre che molto stabile,” conclude Alessandro Testa.