

LA SICUREZZA TI PREMIA

CHUBB®

CATEGORIA TECNOLOGICA: BIG DATA ANALYTICS

CATEGORIA SETTORIALE: ASSICURAZIONI



LA SICUREZZA TI PREMIA

Chubb è la più grande compagnia assicurativa danni al mondo per capitalizzazione quotata in borsa. Opera in 54 paesi nei rami Property & Casualty (P&C) ed Accident & Health (A&H), offrendo soluzioni assicurative a imprese di ogni dimensione, dedicate a professionisti e famiglie.

The screenshot displays the Chubb website interface. At the top left is the 'CHUBB' logo. To its right are navigation links: 'Come Partecipare', 'Inserisci il codice', 'Scheda Punti', 'Premi', 'Faq', and 'Blog'. Further right are 'Registrati' and 'Login' buttons. The main banner features a photograph of a smiling couple on a beach. On the left side of the banner, there is a green box with the text 'La sicurezza ti premia' and 'Scopri i nostri suggerimenti dedicati alla tua serenità'. Below this is a 'Vai al blog' button. Below the banner are three smaller promotional cards: 1. 'Hai sottoscritto una polizza Chubb?' with a green background, 2. 'Partecipa all'estrazione' with a blue background, and 3. 'Hai vinto?' with a yellow background.

LA SFIDA

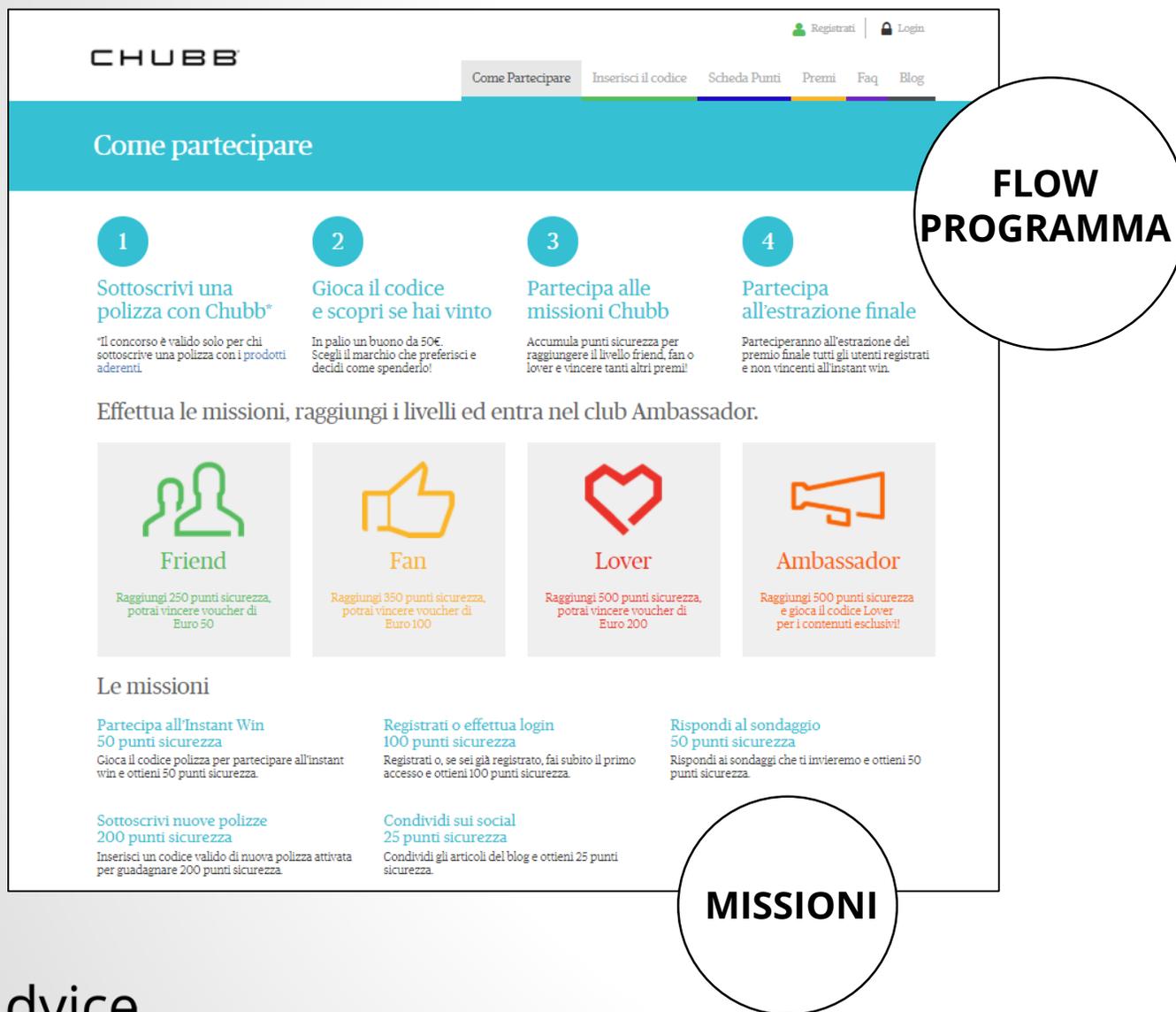
In Italia Chubb vende le sue polizze assicurative attraverso note società partner che effettuano il primo contatto con il cliente finale. **La relazione intermediata che si crea tra Chubb e il cliente finale può essere causa del tasso di abbandono di una parte dei suoi clienti.**

Quale strategia utilizzare per creare fin da subito una relazione con i propri clienti e avviare un dialogo valoriale per sostenere la retention?

Nel 2014 viene lanciato «La sicurezza ti premia» primo programma di progress marketing in ambito assicurativo. Il progetto è stato studiato per permettere a Chubb di conoscere meglio i suoi clienti, raccogliendone informazioni personali, interessi e abitudini, in modo da poter avviare un dialogo costante nel tempo.

Dati gli importanti risultati raggiunti, «La sicurezza ti premia» è arrivato oggi alla quarta edizione.

COME FUNZIONA



I clienti Chubb vengono coinvolti all'interno di un percorso di **loyalty comportamentale digitale che gli restituisce vantaggi crescenti**, semplicemente utilizzando il proprio numero di polizza.

Infatti, inserendolo sul sito dell'iniziativa partecipano all'estrazione instant win e, allo stesso tempo, guadagnano 50 punti nel proprio wallet virtuale.

Il cliente può migliorare il proprio percorso effettuando diverse azioni e rispondendo alle missioni proposte:

- completando il proprio profilo personale sul sito dedicato all'iniziativa
- fruendo periodicamente i contenuti pubblicati sul Blog di Chubb
- rispondendo alle survey mensili relative ai contenuti dei post del Blog

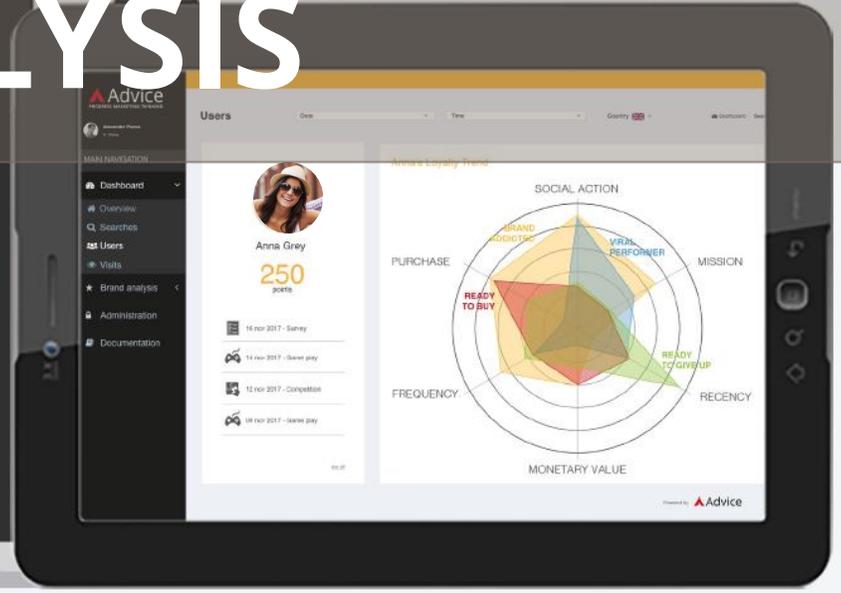
Per ogni azione compiuta **raccoglie punti utili per migliorare il proprio status nel programma**: da friend a fan a lover, fino a diventare un ambassador, per accedere a vantaggi e contenuti esclusivi.

VIDEO CASE HISTORY



Watch the video: <https://youtu.be/gVNPQk3u5tc>

BIG DATA ANALYSIS

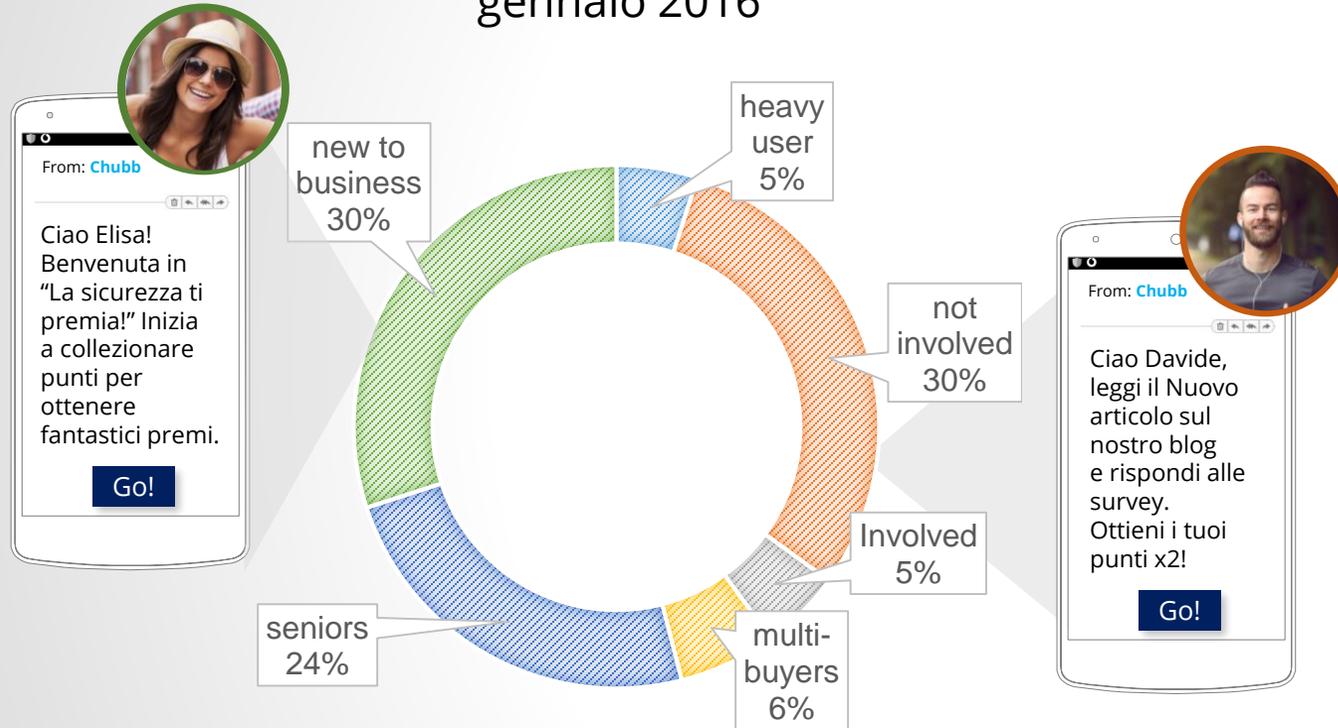


Customer Data Platform

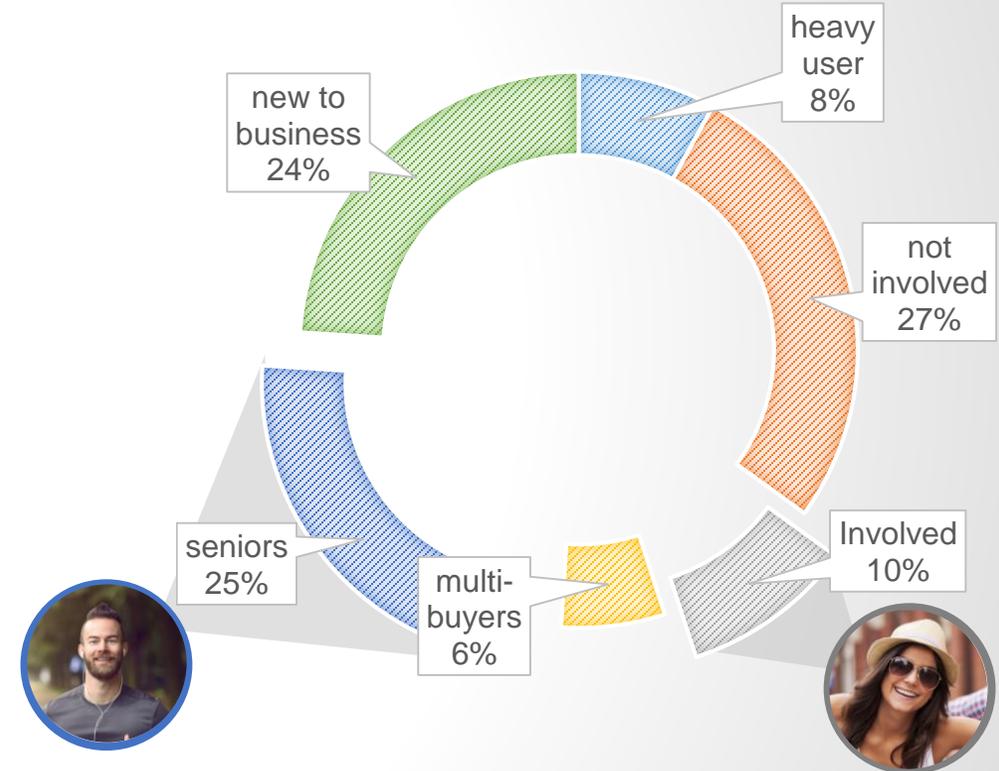
Big Data Analysis

I diagrammi a torta sono puramente illustrativi e volti a garantire una migliore comprensione del progetto.

gennaio 2016



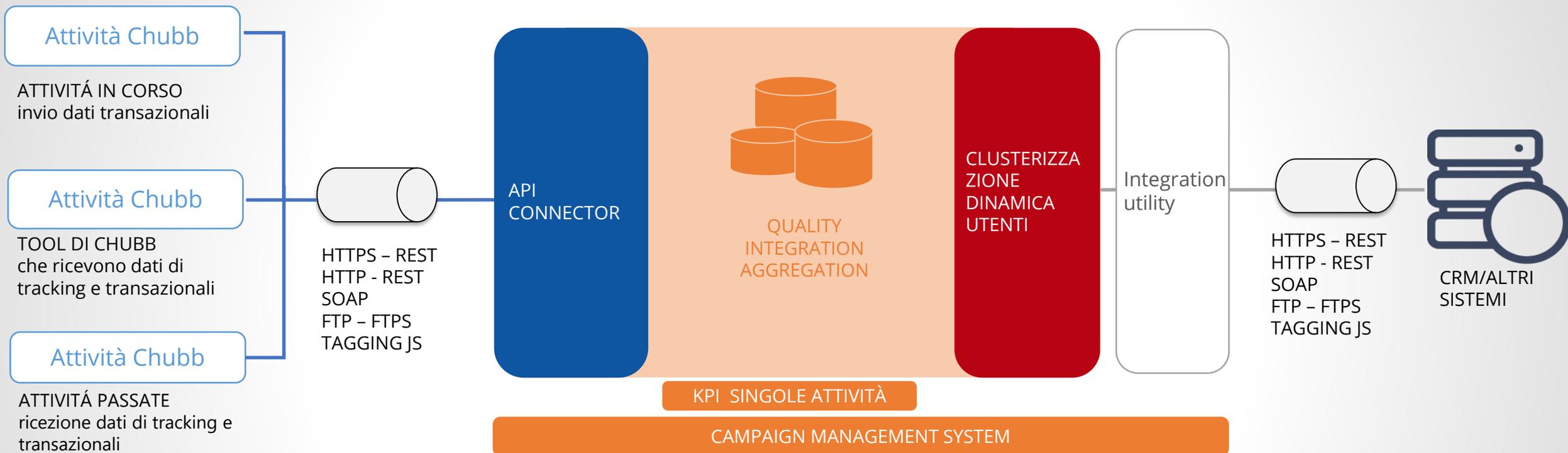
marzo 2016



L'utilizzo di tecniche di Behavioural Marketing permette di arricchire costantemente il profilo utente, definire un **dialogo 1to1** per rispondere e **anticipare i bisogni del cliente** e favorire una **brand experience positiva e personalizzata**, con un conseguente calo del tasso di abbandono polizza e un naturale **incremento della retention** e delle sottoscrizioni di nuovi prodotti assicurativi.

Customer Data Platform

Struttura tecnologica



La Customer Data Platform di Advice è in grado di raccogliere tutti i dati derivanti dai touch points di Chubb, normalizzarli, analizzarli e riclassificarli, in modo da restituire **cluster comportamentali dinamici**, aggiornati in tempo reale. Così, il **profilo di ogni persona evolve nel tempo** in base alle azioni compiute, e migra all'interno dei cluster dinamici. I cluster comportamentali sono particolarmente utili per definire strategie di comunicazione volte a **dialogare in modo personalizzato** con il cliente, inviandogli specifiche call to action per incrementare le **performance di retention**.

Monitorare l'andamento dell'attività in corsa permette di agire tempestivamente grazie al supporto del team di analisti dedicati per **valutare azioni correttive o a supporto**, specifiche per ogni cluster cliente.

Customer Data Platform

Struttura tecnologica

- La Customer Data Platform di Advice Group eroga i suoi **servizi in modalità SAAS** per garantire la massima trasparenza tecnologica sia dei touch point sia delle utility esterne
- la struttura permette il **facile aggiornamento dei moduli implementati e l'incremento del loro numero nel tempo** secondo le esigenze del cliente.
- il sistema permette anche il mantenimento della più stretta **retro-compatibilità**, garantendo quindi il minor numero di aggiornamenti da parte dei touch point rispetto ai necessari aggiornamenti del sistema centrale
- **l'integration utility** garantisce anche la compatibilità e l'aggiornabilità del solo canale comunicativo in caso di evoluzioni dei sistemi terzi, disponibile ovviamente per l'integrazione di nuove features
- tutti i **servizi sono forniti di documentazione e di specifiche di integrazioni**, attraverso un repository online aggiornato frequentemente
- **tutto il sistema è ospitato su servizi cloud ad alta affidabilità, scalabilità e con il livello di protezione NGF** (supportato dalle tecnologie IPS/Threat/Antivirus e WAF). Il sistema, inoltre, è posto su una rete privata non raggiungibile da reti esterne o da reti ospitate dallo stesso fornitore

Certificazioni di sicurezza



[CSA](#)
Controlli Cloud Security Alliance



[ISO 9001](#)
Standard globali di qualità



[ISO 27001](#)
Controlli di gestione della sicurezza



[ISO 27017](#)
Controlli specifici per il cloud



[ISO 27018](#)
Protezione dei dati personali



[PCI DSS Level 1](#)
Standard su carte di pagamento



[SOC 1](#)
Report sui controlli di audit



[SOC 2](#)
Report su sicurezza, disponibilità e riservatezza



[SOC 3](#)
Report sui controlli generali

Risultati KPI

Il programma è fortemente innovativo e va controcorrente rispetto al normale comportamento degli istituti assicurativi, che solitamente tendono a non dialogare in modo costante con i propri consumatori.



«La Sicurezza ti premia» si è rivelato talmente strategico che oggi è on air la sua **quarta edizione (2014-2018)**. Il progetto ha portato ad un **incremento medio della retention del +10%** (calcolato sulla baseline di retention precedente all'attività di loyalty).



Nel 2016 sono stati **coinvolti il 15% dei clienti! Il 30% ha risposto positivamente alle comunicazioni 1to1**, quali, ad esempio, giocare nuovamente il proprio codice polizza per poter vincere l'Instant-win.



Il 41% dei clienti coinvolti ha completato almeno una survey e i quiz proposti e addirittura il 16%, identificabili come i veri Brand Lover di Chubb, hanno completato tutte le missioni proposte.



Nell'arco del 2016 **sono stati fruiti più di 300.000 contenuti** con particolare riferimento al Blog di Chubb. Parallelamente c'è stato un alto tasso di sharing, con **più di 700 condivisioni sui social**, che hanno generato **più di 105.000 views**, allargando la base utenti raggiunta.



Grazie ai risultati raggiunti si sta valutando di **estendere il programma** anche in altri **paesi europei** in cui Chubb opera.



THINK PROGRESS

CHOOSE **ADVICE**