



Collaborare in una crisi: Costruire insieme un ecosistema di gestione dei sinistri resiliente

Rafforzare le relazioni per costruire
un futuro sicuro e connesso

Sommario

Introduzione	3
Quali sfide pone all'ecosistema la nuova normalità?	5
Come possiamo rafforzare la collaborazione in una rete?	7
Come il digitale può collegare efficacemente l'ecosistema?	8
Un approccio agile è fondamentale per la resilienza	10
Cinque modi per mobilitarci oggi con il digitale	11
Informazioni su Solera	13

Introduzione

Perché durante e dopo il Covid è essenziale collaborare nella gestione dei sinistri automobilistici

Come in molti altri settori, le aziende nel settore automobilistico stanno lavorando duramente per capire quale sarà l'impatto a lungo termine della pandemia di Coronavirus. La chiave per operare in sicurezza e con successo sta nella capacità di collaborare efficacemente. Al momento della stesura del presente white paper, ossia novembre 2020, la strada da percorrere è ancora confusa. Molti paesi nel mondo stanno emergendo dalla seconda ondata di lockdown, e le varie restrizioni locali e regionali variano ancora notevolmente da zona a zona. Tuttavia, con un vaccino in vista, i governi stanno studiando come avviare rapidamente ed efficacemente le campagne vaccinali dalla primavera 2021.

“Le aziende devono raddoppiare i loro sforzi per sviluppare ecosistemi con partner innovativi e sperimentare nuovi modelli di collaborazione”

~ McKinsey & Company⁽¹⁾

Oggi più che mai, le aziende si affidano a una comunicazione collettiva e costante per lavorare in sicurezza, ampliando continuamente i confini della tecnologia digitale per operare in modo efficiente. Il moderno ecosistema della gestione dei sinistri automobilistici non fa eccezione. Tutti coloro che hanno subito un impatto devono lavorare di più per unificare le esperienze e affrontare la nuova normalità. Dopo aver subito pesantemente l'interruzione della disponibilità

e della distribuzione dei pezzi di ricambio, le chiusure temporanee delle officine e le rigorose misure igieniche imposte durante la crisi⁽²⁾, è ancora necessario affrontare la frammentazione della catena di fornitura e la mancanza di comunicazione nel settore. Senza un'azione consapevole, che tenga conto del dovere di collegarsi nei momenti difficili, il settore rischia di non emergere più forte o non riuscire a soddisfare le nuove aspettative dei clienti.

Per adottare una strategia collettiva, gli operatori del settore devono capire il contributo fondamentale di ciascuno, che è parte integrante del continuum dell'esperienza del cliente.

Compagnie di assicurazione

Primo punto di contatto nell'iter di apertura e liquidazione di un sinistro, le compagnie di assicurazione sono giudicate sulla base della loro capacità di avviare il processo rapidamente e con il minimo intervento da parte dell'assicurato. Le comunicazioni sui sinistri, spesso vettore di tutti gli aggiornamenti e le informazioni da condividere con il cliente dall'inizio dell'iter sino alla liquidazione, sono un elemento critico del ciclo di gestione che può avere un impatto notevole sull'esperienza del cliente.

Riparatori di veicoli

Il lavoro svolto dal professionista è il ricordo visivo che permane dell'esperienza di gestione vissuta da un cliente. Non solo il rispetto dei più alti standard da parte del prodotto finito, ma la rapidità della riparazione, il costo e la disponibilità dei pezzi, così come il servizio clienti nel suo complesso, sono tutti elementi essenziali della moderna esperienza di gestione di un sinistro.

1. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/time-for-change-how-to-use-the-crisis-to-make-fashion-sourcing-more-agile-and-sustainable>

2. <https://www.audatex.co.uk/news/covid-19-factors-impacting-repair>

Fornitori

Se uno dei sistemi logistici che presiede alla consegna puntuale dei ricambi è compromesso, il modo in cui i clienti vivono un intero ciclo di gestione può modificarsi. Senza la visibilità e l'efficienza dell'attività del fornitore, l'ecosistema si trova di fronte a gravi difficoltà sia nell'esecuzione dell'intervento di riparazione che negli aggiornamenti al cliente sullo stato di avanzamento dell'iter.

Nonostante le sfide intrinseche accentuate dagli ultimi eventi globali, vediamo i primi segni di una maggiore trasparenza e una migliore collaborazione in tutto l'ecosistema. Una recente ricerca ha scoperto che il 18% dei riparatori di veicoli del Regno Unito ha identificato un'opportunità immediata di miglioramento delle relazioni con compagnie di assicurazione, gestori di sinistri, flotte e clienti privati³. In molti casi, la tecnologia è stata l'elemento trainante di questi sforzi. Ad esempio, i canali di comunicazione digitale stanno aiutando a collegare gli assicurati con gli assicuratori per avviare più rapidamente la procedura di gestione del sinistro pur rispettando il distanziamento sociale. Allo stesso modo, i riparatori di veicoli sono in grado di tenere informati i clienti durante tutta la riparazione e procedere in modo efficiente alla fatturazione quando non è possibile incontrarsi in presenza.

Noi di Solera offriamo il collegamento che raccorda l'intero ecosistema di gestione dei sinistri fornendo la piattaforma sottostante che alimenta il moderno flusso di gestione e aumenta l'efficienza in ogni punto di contatto all'interno del ciclo. Se la tecnologia è la soluzione, sarà la collaborazione nell'adottare tali soluzioni in modo efficace a stabilire in ultima analisi la rapidità

con cui officine, compagnie di assicurazione e fornitori risulteranno in grado di rispondere in modo sicuro e resiliente su scala globale.

Questo white paper esplora le azioni indispensabili per costruire una strategia collettiva in tutto l'ecosistema di gestione dei sinistri in modo da consentire una ripresa sicura, migliorando le collaborazioni e, di conseguenza, l'esperienza del cliente in un mondo digitale. Prima di esplorare le opportunità per un settore sicuro e connesso durante e dopo la crisi, vi sono alcune sfide critiche che devono essere raccolte per affrontare il futuro della gestione dei sinistri.

3. <https://www.trendtracker.co.uk/may-2020-free-pdf-download-uk-body-repair-covid-19-report/>

Quali sfide pone all'ecosistema la nuova normalità?

Qualsiasi strategia di azione dovrà essere elaborata riconoscendo gli effetti del COVID-19 sul flusso di gestione dei sinistri e accettando una responsabilità condivisa per affrontarli. I volumi di riparazioni, i flussi di cassa e la sicurezza del personale rimangono anch'essi preoccupazioni importanti per le officine in tutto il mondo visto che continuiamo a operare in tempi difficili. Se i carichi di lavoro tornano a una certa normalità, i riparatori ora devono rispettare nuove misure e aderire a pratiche di distanziamento sociale per mantenere la sicurezza, che si tratti di postazioni di lavoro più grandi, turni a rotazione, riduzione dell'orario di lavoro o riduzione permanente del personale.

Mentre le economie cercano di ricostruire, l'interruzione delle catene di approvvigionamento globale rimane una sfida enorme per il settore. Il primo paese ad essere colpito, la Cina, è uno dei principali attori della catena di approvvigionamento nel settore automobilistico, considerato che a questa catena è collegato l'80 per cento degli operatori(4). La domanda di pezzi è stata elevata e le carenze si sono fatte sentire per quanti dipendono fortemente dalle esportazioni del paese(5). Naturalmente, molti sconti non sono stati più applicabili e i pezzi ora vengono venduti a prezzo pieno, dato che i fornitori cercano di massimizzare gli utili viste le nuove circostanze e sfide. Secondo una ricerca di IHS Markit, più del 50% dei fornitori in Europa è molto preoccupato per le interruzioni(6). Poiché le carenze si inseriscono in un contesto di una ripresa lenta dei produttori di apparecchiature originali (OEM) e dei fornitori aftermarket, molti riparatori potrebbero essere costretti

a rivolgersi a diversi fornitori e adattare gli strumenti di negoziazione per procurarsi i pezzi in un breve lasso di tempo.

Abbiamo anche visto i riparatori riprendere perizie arretrate per recuperare parte dei profitti persi durante le chiusure(7). Il drastico aumento del carico di lavoro, unito alla riduzione del personale e dello spazio nel quale eseguire le riparazioni a causa del distanziamento sociale, rischia di allungare ulteriormente i tempi del ciclo di riparazione rispetto ai livelli precedenti alla chiusura, con potenziale impatto negativo sull'esperienza complessiva di gestione del sinistro. Insieme agli strozzamenti di una catena di approvvigionamento frammentata, tali sfide devono essere combattute con nuovi modelli operativi e collaborazioni se le aziende vogliono avere successo dopo il COVID.

4. <https://home.kpmg/sk/en/home/insights/2020/04/what-covid-19-means-for-china-car-industry.html>

5. <https://www.forbes.com/sites/laurieharbour1/2020/03/13/the-coronavirus-impact-on-the-global-automotive-supply-chain/#7dc31a4e444e>

6. <https://cdn.ihsmarkit.com/www/pdf/0320/Auto-COVID-19-Supply-Chain-Survey.pdf>

7. <https://www.audatex.co.uk/news/covid-19-cause-and-effect-blogpost-1>

La revisione delle misure di salute e sicurezza avrà un impatto duraturo su tutti e comporterà nuove pressioni finanziarie condivise sia per i riparatori che per le compagnie di assicurazione. Ora è necessario adottare misure igieniche rigorose, indispensabili per garantire che tutti i veicoli in riparazione non contribuiscano alla diffusione di infezioni tra lavoratori e clienti.

I riparatori devono infatti pulire in profondità e sanificare i veicoli dei clienti prima che entrino nella struttura, così come dopo che la riparazione è stata completata, alla riconsegna del veicolo al proprietario. Dai nuovi servizi di sanificazione di AutoNation nei suoi centri statunitensi⁽⁸⁾ al "sistema di sanificazione" messo in atto dal riparatore Castle Coachworks⁽⁹⁾ a Northampton, Regno Unito, l'igiene dei veicoli dopo la riparazione è diventata un fattore critico della sicurezza in tutto il mondo.

Ciò vale anche per i veicoli di cortesia forniti durante la riparazione. La pratica è dispendiosa sia in termini di tempo che di denaro quando è condotta su vasta scala, sommandosi al totale speso per ogni liquidazione di sinistro dalle compagnie di assicurazione e riducendone di conseguenza i margini. Va inoltre valutata la necessità e l'impatto di altri punti di contatto dopo la riparazione. Ad esempio, le reti di riparatori devono tener conto della necessità che i veicoli passino dal concessionario per ricalibrare i sistemi avanzati di assistenza alla guida (ADAS), analizzando come svolgere tale attività in modo sicuro e corretto dal punto di vista logistico per soddisfare l'obbligo di distanziamento sociale.

Per la compagnia di assicurazione, le difficoltà stanno nelle risorse aggiuntive necessarie per coordinarsi in primo luogo con i partner riparatori al fine di garantire che i veicoli siano restituiti ai clienti in modo sicuro e con il minor impatto possibile sul ciclo di gestione del sinistro e il suo costo. Vi è poi l'ostacolo rappresentato

dai maggiori costi sostenuti per pulire e sanificare i veicoli di cortesia dopo ogni utilizzo; si negozia infatti tra i partner coinvolti nella gestione del sinistro chi debba farsi carico dei costi aggiuntivi derivanti dall'applicazione delle rigorose misure di sanificazione dopo la riparazione del veicolo. In tutto ciò, gli assicurati devono essere regolarmente informati sullo stato di avanzamento del sinistro attraverso canali di comunicazione digitale. L'adozione di questi canali deve dunque essere accelerata rapidamente in risposta alla pandemia perché, nonostante un graduale allentamento delle restrizioni operative, il futuro ecosistema sarà in ogni caso profondamente diverso da quello precedente. Vi sono, però, modi per affrontare le sfide attraverso una visione condivisa che preservi la sicurezza dell'esperienza di gestione del sinistro anche in presenza di risorse ridotte e mutate condizioni sociali. Il primo passo consiste nell'accettare l'importanza della collaborazione e stabilire attivamente relazioni migliori in tutta l'intera rete di gestione dei sinistri.

8. <https://www.autofutures.tv/2020/03/20/how-new-and-old-tech-helps-to-disinfect-coronavirus-covid-19-in-cars/>

9. <https://www.northamptonchron.co.uk/news/people/northampton-car-bodyshop-implements-sanitising-tech-fight-against-covid-19-2854432>

Come possiamo rafforzare la collaborazione in una rete?

Questo periodo di cambiamenti imprevisti ha senza dubbio sfidato l'ecosistema di gestione dei sinistri spingendolo a lavorare meglio insieme. Per anni, la natura frammentata del flusso di gestione dei sinistri ha impedito una stretta collaborazione nel settore. Tuttavia, abbiamo già assistito a un'enorme trasformazione durante la pandemia. Nel Regno Unito, i distributori, gli enti di categoria (National Body Repair Association - NBRA) e i produttori di vernici hanno proseguito l'attività durante la pandemia, e la maggior parte dei riparatori di veicoli li hanno valutati da 8 a 10, su una scala da 1 a 10, dove 1 è molto scarso e 10 è eccellente⁽¹⁰⁾.

I tempi di inattività nella gestione dei sinistri all'interno delle compagnie di assicurazione hanno anche aperto la strada a una comunicazione più solida tra assicuratori, riparatori e clienti, tendenza che potrebbe rivelarsi una promessa per il futuro se realizzata su vasta scala. Abbiamo assistito a sforzi notevoli da parte degli assicuratori per introdurre nuovi processi a un ritmo rapido a supporto di partner e clienti. Molti assicuratori apprezzano anche il lavoro dei loro partner riparatori, poiché la catena di fornitura ha provveduto per loro a tenere fede alle promesse collettive fatte ai clienti comuni.

Per continuare a collaborare, è necessario andare oltre le relazioni puramente transazionali attraverso le reti esistenti per orientarci verso partenariati più duraturi e improntati all'innovazione, che alleggeriscano i punti di tensione nel flusso di lavoro e offrano strumenti efficaci di gestione dei sinistri. Cominciamo col chiederci se il digitale possa essere un vettore di miglioramento attivo del funzionamento di un'organizzazione. Ad esempio, una strategia basata sul digitale può colmare

le lacune di una catena di fornitura inefficace o semplificare i collegamenti automatizzati tra compagnie di assicurazione e carrozzerie?

Una volta individuare queste opportunità, vanno usate per dar vita a confronti che portino a relazioni nuove, più trasparenti, collaborative e solidali, da cui tutte le parti, soprattutto gli assicurati, possano trarre beneficio, confronti che potrebbero estendersi oltre le reti attuali, ma anche alimentare nuove idee per aiutare le aziende ad adattarsi uscendo dalla cosiddetta comfort zone. Naturalmente, tali collaborazioni avranno successo solo quando ci sarà un valore per tutti i partecipanti che rifletta l'investimento fatto e lo sforzo compiuto⁽¹¹⁾. In un periodo di notevole incertezza, i partner devono condurre costantemente valutazioni e stabilire parametri per definire cosa si intende per successo e mantenere il valore.

È dimostrato che la creazione di un ecosistema più ampio intorno alla forza lavoro di un'organizzazione per promuovere la collaborazione su una serie di priorità si traduce in un maggiore impegno e in risultati⁽¹²⁾, oltre ad aiutare le aziende a capitalizzare più velocemente le soluzioni digitali per costruire un flusso di lavoro estremamente efficace, sicuro e connesso che garantisca una maggiore efficienza in tutto l'iter di gestione del sinistro. Questi confronti possono iniziare con partner nuovi o esistenti, ma, qualunque sia l'obiettivo, devono puntare a creare resilienza a tutti i livelli. Una volta stabilito un quadro collaborativo, è fondamentale valutare le soluzioni che forniranno il grado di funzionalità richiesto per realizzare il massimo valore e le massime prestazioni.

10. <https://www.trendracker.co.uk/may-2020-free-pdf-download-uk-body-repair-covid-19-report/>

11. <https://www.bethebusiness.com/productivity-insights/coronavirus-how-to-collaborate-with-other-businesses/#>

12. https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-120/Accenture-COVID-19-Continuity-in-Crisis-Effective-Business-Services.pdf

Come il digitale può collegare efficacemente l'ecosistema?

Ora più che mai ci stiamo rivolgendo a prodotti e servizi attraverso canali digitali e il COVID-19 sta accelerando ulteriormente la trasformazione digitale. Molte di queste innovazioni formeranno la spina dorsale del futuro ecosistema dopo la crisi e oltre, sostenendo un flusso di dati ininterrotto tra compagnie di assicurazione, riparatori e fornitori per mantenere un flusso di lavoro funzionale nel rispetto del distanziamento di sicurezza. Oltre alla continuità dell'attività, il digitale è anche la chiave per eliminare la frammentazione nell'iter di gestione dei sinistri fornire un supporto sicuro e accessibile che tutti oggi auspichiamo e di cui abbiamo bisogno.

“Le vie digitali non solo aiutano ad avviare l'iter di gestione del sinistro, ma possono anche sostenere funzioni critiche permettendo alle aziende di rimanere operative e produttive.”

Secondo Technology Vision 2020 di Accenture, il 76% degli executive concorda sul fatto che le organizzazioni hanno bisogno di ridefinire radicalmente le esperienze che riuniscono tecnologie e persone in un modo più incentrato sull'uomo⁽¹³⁾. Ciò vale per l'ecosistema di gestione dei sinistri che adotterà la digitalizzazione più efficace per permettere alle persone di collegarsi più velocemente, più facilmente e più in sicurezza che mai.

Ad esempio, abbiamo assistito un notevolissimo aumento nell'adozione della nostra tecnologia di acquisizione delle immagini, che consente ai clienti di

inviare rapidamente prove visive dei danni, attraverso un processo guidato e automatizzato, alle compagnie di assicurazione e ai riparatori di veicoli. Questo permette una rapida analisi dei danni e valutazione della prima comunicazione di perdita (FNOL) da qualsiasi luogo. L'attività, svolta dal conducente, può ridurre il tempo che i periti spendono per l'ispezione di veicoli con danni minimi o totali, salvaguardando il distanziamento sociale e migliorando la condivisione dei dati tra cliente, assicuratore e riparatore.

Le vie digitali non solo aiutano ad avviare l'iter di gestione del sinistro, ma possono anche sostenere funzioni critiche permettendo alle aziende di rimanere operative e produttive. L'uso della tecnologia moderna per consentire il pagamento più veloce delle riparazioni dei veicoli migliorerà i flussi di cassa, consentendo ai riparatori di ordinare i pezzi necessari e gestire le riparazioni più velocemente, creando così clienti mobili soddisfatti. Inoltre, la comunicazione digitale automatizzata può fornire ai riparatori modi per aggiornare i clienti in tempo e a costi contenuti quando le risorse sono sotto pressione.

Tali capacità si baseranno fondamentalmente sul flusso continuo di informazioni e l'automazione intelligente nelle fasi chiave della catena del valore. In collaborazione con i partner del settore, le compagnie di assicurazione e i riparatori dei veicoli potranno fondere i dati con le capacità predittive per costruire un modello che serva ogni punto di contatto con informazioni accurate. Solera funge non solo da aggregatore di dati, ma da elemento trainante fondamentale nel riunire attori di diversa natura come assicuratori, periti e riparatori, e trovare un terreno comune per offrire esperienze migliori ai clienti attraverso un flusso di lavoro più digitalizzato.

13. <https://www.accenture.com/us-en/insights/technology/technology-trends-2020>

Sfruttare queste capacità per sostenere una transizione end-to-end al digitale può costruire resilienza in diversi modi.

- Un triage più intelligente dei danni subiti dai veicoli può migliorare l'accuratezza dell'assegnazione, classificare più veicoli non riparabili come FNOL prima che entrino in officina e assegnare sin da subito i casi speciali al riparatore più idoneo
- Le carrozzerie sono in grado di visualizzare i danni prima dell'arrivo di un veicolo sul posto per avviare proattivamente il reperimento dei ricambi necessari o l'amministrazione della stima preliminare, ottimizzando i tempi di lavoro
- Dotare le persone di tecnologie può garantire il giusto mix di scienza dei dati e competenza umana, in modo da controllare la ragionevolezza di ogni decisione
- L'analisi dei danni del veicolo effettuata dalla macchina è in grado di ridurre notevolmente il margine di errore durante l'elaborazione della stima, aumentando l'accuratezza e riducendo i tempi di autorizzazione della riparazione
- Le valutazioni basate sull'intelligenza artificiale possono eliminare i compiti ripetitivi o inutili, permettendo ai tecnici di concentrarsi su casi più complessi che richiedono la competenza e il giudizio umano
- L'eliminazione dei punti di contatto non necessari assicura una comunicazione trasparente tra compagnie di assicurazione e riparatori, automatizza la fatturazione digitale e supporta una più rapida liquidazione dei sinistri

- I principi degli algoritmi dell'intelligenza artificiale possono costruire soluzioni end-to-end scalabili che permettono a periti, compagnie di assicurazione, officine e fornitori di lavorare insieme in modo più intelligente e massimizzare le ore lavorate
- I test ripetuti e l'ottimizzazione dei modelli in uso possono poi migliorare il flusso di lavoro nel tempo, sulla base dell'esperienza fornita dalla continua crescita del "data lake", un archivio globale di dati su veicoli riparati raccolti negli anni e conoscenze ineguagliabili degli esperti del campo
- In definitiva, i punti di contatto fondamentali e le aree di tensione possono essere automatizzati per ridurre gli attriti, completare l'iter più velocemente e migliorare l'esperienza del cliente finale

Questi approcci forniscono una vera trasparenza in tutto l'ecosistema e supportano ogni azienda nel fare di più con meno, requisito della nuova normalità durante e dopo il COVID, oltre che responsabilità da condividere per mantenere il settore in movimento. Indipendentemente dalla tecnologia, il modo in cui viene utilizzata per trasformare le attività si rivelerà l'elemento di differenziazione essenziale.

Per saperne di più sull'accelerazione della trasformazione digitale e il suo ruolo nell'ecosistema della gestione dei sinistri automobilistici, oggi e domani, leggi il nostro white paper qui.

Un approccio agile è fondamentale per la resilienza

Un approccio agile è fondamentale in questo periodo di cambiamento. Poiché la situazione muta ogni giorno, compagnie di assicurazione e riparatori devono essere pronti ad adattare i propri servizi per rimanere produttivi, sicuri ed efficienti rispettando le norme. Chi dimostra la volontà di ripensare i propri modelli operativi per sostenere persone, attività e sarà in grado di costruire resilienza e, in ultima analisi, esplorare nuove vie e opportunità in un settore che sta vivendo una rapida trasformazione. Attraverso l'apprezzamento condiviso della potenza della tecnologia e della collaborazione, si possono prendere decisioni più intelligenti e veloci contribuendo alla ripresa dell'ecosistema e rafforzando le collaborazioni per il futuro.

E, nella ripresa, probabilmente assisteremo anche un consolidamento su vasta scala per salvaguardare il futuro delle aziende e dell'occupazione in tutto il settore. Cambiando il paesaggio, le aziende si caratterizzeranno per la capacità di sostenere gli altri e collaborare, ricercando l'accuratezza, ma anche operando con empatia per creare collaborazioni di successo che siano al servizio di uno scopo più alto. Solo allora potremo veramente realizzare il pieno potenziale della tecnologia digitale e realizzare i nuovi standard che sosterranno l'ecosistema.

Tuttavia, questa capacità di adattamento non deriva soltanto da una rapida adozione della tecnologia; è una mentalità che deve essere promossa in tutte le aree di un'organizzazione. I dipendenti dell'ecosistema di gestione dei sinistri hanno sentito tutto il peso della difficile situazione a causa delle limitazioni delle catene di approvvigionamento, delle chiusure forzate e della riduzione delle opportunità di lavoro. Pertanto, comprendere le difficoltà degli altri e lavorare a stretto contatto per affrontare la nuova normalità non solo porterà a migliori collaborazioni, ma doterà il settore di strumenti per affrontare le sfide future.

Cinque modi per mobilitarci oggi con il digitale

È chiaro che non possiamo semplicemente tornare alla vecchia normalità. Dobbiamo re-immaginare ciò che facciamo, perché lo facciamo e come lo facciamo per un futuro più intelligente. Anche se molti principi rimangono gli stessi, per ottenere un impatto non esiste un approccio che va bene per tutti. Ciò che può funzionare per un partner potrebbe compromettere l'attività di un altro. È invece il momento di coltivare le somiglianze e trarre forza dalle differenze, lavorando insieme per fornire una soluzione di gestione dei sinistri basata sulla tecnologia che non solo contribuirà alla ripresa del settore, ma gli permetterà di prosperare nuovamente.

Raffinare le modalità di comunicazione con clienti, partner e fornitori, sfruttando la giusta tecnologia corretta, darà agli operatori del settore la trasparenza necessaria per capire la diversa posizione del mercato, il che permetterà di catalizzare il ritorno dell'ecosistema alla "nuova normalità", qualunque essa sia. Pertanto, quali passi può compiere in definitiva l'ecosistema per mobilitare l'uso collettivo del digitale promuovendo la collaborazione per creare maggiore resilienza?

1. Individuare proattivamente i punti di tensione

Nei momenti di incertezza è fondamentale anticipare i tempi. Farlo richiede spesso un approccio attento al problem-solving. La ricerca delle opportunità più efficaci per digitalizzare il flusso di lavoro inizia dalla valutazione dell'attività come attualmente viene svolta e dall'individuazione dei potenziali punti deboli o delle inefficienze manuali. La ricerca proattiva di tali opportunità, anziché aspettare che si manifestino problemi, contribuisce a individuare le lacune nelle attività svolte che possono essere colmate da alternative digitali, per quanto piccole o semplici.

2. Collaborare con la rete

Il detto "mal comune, mezzo gaudio" può essere tranquillamente applicato alla digitalizzazione collettiva, soprattutto in tempi difficili. Molti problemi tradizionalmente percepiti nell'ecosistema, come quello dell'esperienza del cliente e dell'efficienza dei costi, sono in realtà condivisi da compagnie di assicurazione, fornitori e riparatori. In un settore che si sta consolidando, i decisori possono usare i tempi di inattività per aprire un dialogo tra partner, affrontare le sfide odierne e creare nuove soluzioni. Imparando gli uni dagli altri, possiamo lavorare verso una visione connessa che aiuti le aziende a riprendersi e crescere più forti assieme.

3. Sperimentare nuove tecnologie

Dalle perizie basate sui dati ai pagamenti automatizzati e all'acquisizione intelligente delle immagini, le moderne soluzioni di gestione dei sinistri sono in continua evoluzione per digitalizzare punti specifici del flusso di lavoro. Per abbracciare il cambiamento, occorre innanzi tutto cogliere le opportunità di sperimentare le ultime innovazioni e comprenderne l'impatto in prima persona. Il tempo e le risorse sono spesso i più grandi ostacoli alla trasformazione digitale. Tuttavia, l'imprevisto periodo di inattività può offrire un'opportunità unica a molti operatori del settore per sperimentare la prossima generazione di tecnologie per la gestione dei sinistri e promuovere la loro attività, sia oggi che in futuro.

4. Digitalizzare le interazioni con i clienti

Per officine e compagnie di assicurazione che devono operare rispettando le nuove misure di distanziamento sociale e/o con una forza lavoro ridotta, mantenere una comunicazione sicura e senza soluzione di continuità con i clienti è fondamentale. Ripensare i processi di backoffice e sostituirli con strumenti digitali self-service può colmare le lacune della comunicazione manuale, lasciando più tempo a disposizione dei professionisti e aiutando a mantenere i clienti informati. Ad esempio, le compagnie di assicurazione possono inviare offerte automatiche di liquidazione tramite un messaggio push. D'altro canto, i riparatori di veicoli possono notificare automaticamente ai conducenti le istruzioni di ritiro una volta che la loro riparazione è conclusa, contribuendo al rispetto del distanziamento sociale.

5. Rivolgersi agli esperti di tecnologie

Stabilendo il ritmo degli sviluppi tecnologici nel settore della gestione dei sinistri, i fornitori di soluzioni dispongono di strategie, strumenti e servizi che possono sostenere le organizzazioni in molte circostanze. Lavorare a stretto contatto con gli esperti fin dall'inizio di un percorso digitale può aiutare i neofiti a comprendere meglio il loro flusso di lavoro e trovare le giuste soluzioni per ottimizzare l'impegno di trasformazione con il minimo attrito e il massimo impatto

L'obiettivo finale di una gestione dei sinistri sicura e connessa potrà essere conseguito soltanto con la capacità e la volontà di collegarsi con gli altri e capire le sfide fondamentali che hanno un impatto sul settore in generale. Solera è a disposizione per sostenere la rete di partner e clienti nell'affrontare i cambiamenti con una serie di soluzioni flessibili in grado di colmare le lacune e collegare l'ecosistema attraverso le tecnologie e un processo decisionale informato e consapevole. Come azienda globale, usiamo le nostre competenze per proporre soluzioni a compagnie di assicurazione e riparatori in modi innovativi con lo scopo di contribuire a creare un settore che prosperi sulla trasparenza e costruisca esperienze più solide e intelligenti.

Informazioni su Solera

Solera è un fornitore leader mondiale di software as-a-service per il ciclo di vita del veicolo e di software as-a-service per la gestione della flotta, banche dati e servizi.

Attraverso quattro linee di business - vehicle claims, vehicle repairs, vehicle solutions and fleet solutions - Solera controlla molti marchi leader nell'ecosistema del ciclo di vita del veicolo, tra cui Identifix, Audatex, DealerSocket, Omnitracs, eDriving/Mentor, Explore, CAP HPI, Autodata e altri.

Solera supporta i suoi Partners nel gestire con successo il percorso digitale con una soluzione „one-stop shop” che razionalizza flussi e operazioni, offre analisi guidate dai dati, e migliora il coinvolgimento del cliente.

Attraverso questo, Solera crede che i propri Partners possano aumentare le vendite, promuovere la fidelizzazione dei loro clienti e migliorare i margini di profitto. Solera serve oltre 300.000 clienti globali e partner in più di 100 paesi. Per maggiori informazioni, visitare [solera.com](https://www.solera.com)

