

**Genertel premia i suoi Clienti
più "insoddisfatti" e innovativi.**

La prima edizione del concorso "La Penna d'Oro", lanciato da Genertel per premiare il Cliente che con la sua segnalazione di disservizio ha suggerito a Genertel il più importante miglioramento di processo nel corso dell'anno, ha il suo vincitore: Elio C., motociclista di Roma si è aggiudicato l'edizione 2001 conquistando la "Penna d'Oro" messa in palio, superando di un soffio gli altri quattro finalisti, due di Roma, uno di Milano e uno di Suviana (BO).

Il concorso ha preso in considerazione i reclami giunti a Genertel nel secondo semestre 2001 e risultati i più rappresentativi per originalità del suggerimento.

La short list dei reclami più interessanti è stata esaminata da una giuria di 5 membri composta da Gabriele Capolino, Direttore del settimanale "Milano Finanza", da Lucio Delcaro, Magnifico Rettore dell'Università di Trieste, da Riccardo Uberti, partner associato di Accenture, da Leonardo Felician, Direttore Generale di Genertel e da Giovanni Liverani, Responsabile Commerciale di Genertel.

Questa iniziativa è solo una tra le molte intraprese da Genertel sul fronte della gestione professionale della soddisfazione del Cliente. Per raggiungere l'obiettivo del 100% di soddisfazione del Cliente, Genertel ha varato nel 2001 il programma di Qualità Totale quality@genertel.it (che è anche l'indirizzo e-mail cui inviare le segnalazioni di disservizio) che provvede a dare una risposta scritta esauriente al 100% delle segnalazioni di disservizio in tempi rapidi: mediamente oltre il 30% dei reclami riceve una risposta entro 48 ore e oltre il 70% entro la settimana.

Le segnalazioni dei Clienti sono però anche uno degli strumenti più potenti per migliorare i processi aziendali e rimuovere rapidamente le cause di disservizio. Si è così voluto abbinare un lavoro di esame e selezione dei reclami allo scopo di trarre degli spunti innovativi al fine di migliorare il servizio, in virtù della considerazione che sono i Clienti i soli a fare esperienza dell'effettivo livello qualitativo del servizio di cui usufruiscono.

Il rapporto con il Cliente è quindi fondamentale non solo al primo approccio in fase di richiesta di preventivo o al momento della stipula, quando tutto è filato liscio, ma anche e soprattutto nell'attimo in cui il rapporto s'incrina, magari anche solo per un banale disagio tecnico o un'incomprensione. E' in quel preciso momento che sapendo ascoltare la voce del Cliente, si può continuare un rapporto su basi talvolta ancora più solide e ricevere per di più un suggerimento prezioso per il miglioramento dei propri processi di servizio.

Al vincitore Elio C. vanno i nostri complimenti per l'originalità del suggerimento. A tutti i Clienti che hanno scritto a Genertel va il nostro sentito ringraziamento per aver fatto sentire la loro voce e averci regalato il loro consiglio.

Concorso "La penna d'oro di Genertel" 2001

Suggerimenti finalisti

SUGGERIMENTO 1. (Vincitore) Integrazione delle informazioni

Autore:

Elio C. di Roma, 38 Anni, Cliente Genertel dal maggio 2001, un contratto in vigore. Invia il reclamo il 28 Maggio 2001, veicolo assicurato Honda CB 500.

Contesto:

Il Cliente comunica a Genertel a mezzo posta elettronica di voler trasferire il suo contratto assicurativo da una vecchia a una nuova moto. Successivamente chiama il numero verde, dove gli vengono richieste alcune informazioni che aveva già comunicato a mezzo e-mail. Dopo l'invio da parte sua dei documenti necessari, viene avvisato di inviare per fax ulteriori documenti. Più tardi il Cliente viene rintracciato al telefono ed avviato che i documenti ricevuti sono ancora incompleti. A questo punto il Cliente si sente smarrito e protesta perché ha l'impressione che non vi sia alcun coordinamento all'interno di Genertel tra le informazioni ricevute tramite i canali fax, email e telefono.

Suggerimento:

Tramite un sistema integrato di *workflow* Genertel potrebbe avere a video un'evidenza certa di tutte le informazioni e i documenti necessari alla conclusione della pratica, indipendentemente dal canale da cui sono pervenuti. Anche il cliente dal sito internet potrebbe consultare in tempo reale le stesse informazioni ed essere dunque al corrente dello stato della sua pratica, evitando malintesi e necessità di ulteriori contatti.

SUGGERIMENTO 2. Uso di segnalatori SMS o email

Autore:

Adriano P., 33 anni, commerciante di Roma, Cliente da Aprile 1998, due contratti con Genertel. Invia il reclamo il 24 settembre per e-mail, motoveicolo assicurato Honda SH 150.

Situazione:

Il Cliente invia regolarmente più di una volta per fax i documenti necessari alla stipula del contratto e si allarma per la mancata ricezione a mezzo fax della copertura assicurativa, attivandosi con Genertel. Non può sapere che i documenti in realtà sono già arrivati, la pratica già perfezionata, ma che il ritardo nella comunicazione era dovuto a un banale errore nel numero di fax comunicato da lui stesso.

Suggerimento:

Automatizzando il *workflow*, il Cliente potrebbe essere informato in tempo reale "su un secondo canale", e cioè per SMS o per e-mail dello stato della pratica, prima dell'arrivo del fax che attesta la copertura assicurativa. Le cause dei ritardi potrebbero così essere individuate con maggiore tempestività e precisione evitando ogni malinteso.

SUGGERIMENTO 3. Disponibilità online del valore del veicolo

Autore:

Stefano B., 40 anni, perito elettronico di Milano, Cliente da maggio 1997, un contratto con Genertel. Invia il reclamo il 10 settembre 2001 per e-mail, veicolo assicurato Fiat Uno.

Situazione:

Il Cliente subisce il furto dell'automobile. Al momento del risarcimento si accorge che il valore assicurato del suo veicolo è inferiore al valore reale. Il risarcimento dovrà essere ridotto in proporzione, ai sensi dell'art 1907 C.C. La responsabilità della comunicazione del valore reale del veicolo (in assenza di *optional* particolari solitamente si utilizza la stima del mensile *Quattroruote*) è dell'assicurato, non della Compagnia, secondo la prassi del mercato italiano e secondo le condizioni generali di contratto di Genertel. Questa spiegazione però non modifica l'insoddisfazione del Cliente.

Soluzione:

Al momento della stipula o del rinnovo di un contratto, a mezzo internet oppure al telefono, il valore reale del veicolo da assicurare potrebbe essere indicato automaticamente consultando *online* la relativa banca dati di *Quattroruote*. Rischi di copertura insufficiente e brutte sorprese future verrebbero così evitate per sempre, rendendo un servizio utile al Cliente ed eliminando alla fonte un argomento di contenzioso.

SUGGERIMENTO 4. Informazioni sul concorso di colpa

Autrice:

Monica R., 36 anni, agente di commercio di Suviana (BO), Cliente da Novembre 2000, un contratto con Genertel. Invia il reclamo l'11 ottobre 2001 per e-mail, veicolo assicurato Fiat Tempra SW.

Situazione:

Il Cliente coinvolto in un sinistro dalla dinamica controversa, anche con l'aiuto della Tutela Legale di Genertel viene alla fine risarcito dalla Compagnia della controparte al 100% con sua piena soddisfazione. Di conseguenza il Cliente ritiene di non aver avuto responsabilità alcuna nel sinistro, ma in realtà era stato sanzionato dalle Autorità intervenute per aver commesso egli stesso alcune infrazioni al Codice della Strada: in questa situazione Genertel si trova costretta a risarcire una certa percentuale di sinistro alla controparte in "concorso di colpa", come dettato dall'art. 2054 C.C. Il Cliente ha evidenza del concorso di colpa - e protesta - solo quando al momento del rinnovo viene applicato il Malus all'evoluzione del suo contratto.

Suggerimento:

L'immediata comunicazione al Cliente degli elementi probatori a suo sfavore, che giustificano il concorso di colpa, gli consentirebbero un'azione di difesa della propria posizione più tempestiva e eviterebbero malintesi e contenzioso nella successiva attribuzione della classe di Bonus/Malus.

SUGGERIMENTO 5. Modifica automatica del numero carta di credito

Autrice:

Cristina C., 33 anni, produttrice di Roma, Cliente da Dicembre 1997, un contratto con Genertel. Invia il reclamo il 10 luglio 2001 per e-mail, veicolo assicurato Renault Clio up.

Situazione:

Il Cliente che ha scelto come modalità di pagamento del premio l'addebito sulla sua carta di credito per rate future, rischia di non avere copertura assicurativa perché al momento dell'esigibilità del premio di rata la sua carta di credito risulta scaduta. In questa situazione Genertel telefona al Cliente, ma in caso di irreperibilità la copertura assicurativa non può essere inviata, con rischi di scopertura, malintesi e reclami.

Suggerimento:

Ottenuto il preventivo consenso all'uso della carta di credito dal Cliente, in caso di carta di credito scaduta al momento della necessità di utilizzo la Compagnia potrebbe creare una procedura a due livelli: prima provare automaticamente a spostare in avanti di un anno o di due anni la data di scadenza, a parità di numero di carta (modalità normale per il rinnovo delle carte di credito) e poi, in caso di non funzionamento, informare il Cliente a mezzo SMS, e-mail o fax richiedendo i nuovi estremi della carta per l'addebito del premio.