



UNIVERSITÀ DI PISA

DIPARTIMENTO DI INGEGNERIA DELL'ENERGIA DEI SISTEMI,  
DEL TERRITORIO E DELLE COSTRUZIONI

RELAZIONE PER IL CONSEGUIMENTO DELLA  
LAUREA MAGISTRALE IN INGEGNERIA GESTIONALE

## **InsurTech nel mercato italiano: analisi e miglioramento dell'offerta Smart Home di Generali Italia**

SINTESI

---

### RELATORI

Prof.ssa Antonella Martini  
*Dipartimento di Ingegneria dell'Energia dei Sistemi,  
del Territorio e delle Costruzioni*

Ing. Simone Candelmo  
*Manager Customer Area presso ELIS Consulting & Labs*

### CANDIDATO

Matteo Chesini  
*m.chesini@studenti.unipi.it*  
*Matricola 518862*

# InsurTech nel mercato italiano: analisi e miglioramento dell'offerta Smart Home di Generali Italia

Matteo Chesini

---

## Sommario

Questo lavoro di tesi è il risultato di un'esperienza lavorativa della durata di cinque mesi promossa da ELIS Consulting & Labs. Durante questo periodo il candidato ha preso parte ad un progetto di consulenza per il cliente Generali Italia, finalizzato all'analisi e il monitoraggio di un prodotto di domotica per la prevenzione dei rischi della casa inserito all'interno di una polizza assicurativa per la protezione dell'abitazione, chiamata "*Immagina Adesso Casa*". Gli ambiti analizzati hanno riguardato cinque stream principali: "*monitoraggio delle performance*", "*analisi di benchmark*", "*identificazione delle attività di engagement*", "*profilazione clienti*" e "*analisi sinistri IoT*", attraverso i quali è stato possibile indagare il prodotto a 360 gradi. L'obiettivo è quello di migliorare l'offerta del cliente individuando le sue eventuali problematiche e pianificando, sulla base di esse, delle linee evolutive in modo da incrementare l'attuale penetrazione sul mercato e ingaggiare maggiormente gli utenti all'utilizzo. I risultati del progetto consentiranno al cliente di (1) individuare problematiche e bug che caratterizzano il sistema di raccolta dati dei sensori, (2) migliorare il processo di monitoraggio degli utenti e delle performance di prodotto, (3) aggiornare il sistema di reportistica dei sinistri e delle analisi di mercato, e (4) sviluppare una roadmap con le introduzioni e cambiamenti necessari ad ottimizzare il processo, il prodotto e i servizi dell'offerta.

## Abstract

This thesis work is the result of a five-month work experience promoted by ELIS Consulting & Labs. During this period the candidate took part in a consultancy project for the client Generali Italia, aimed at analysing and monitoring a domotics product for the prevention of risks in the home, as part of an insurance policy for the protection of the home, called "*Immagina Adesso Casa*". The areas analysed covered five main streams: "*performance monitoring*", "*benchmark analysis*", "*identification of engagement activities*", "*customer profiling*" and "*claims analysis*", through which it was possible to investigate the product at 360 degrees. The final objective is to improve the client's offer by identifying any problems and planning, on the basis of these, lines of evolution so as to increase the current market penetration and engage users more in use. The results of the project will enable the client to (1) identify problems and bugs in the sensor data collection system, (2) improve the process of monitoring users and product performance, (3) update the claims and market analysis reporting system, and (4) develop a roadmap with the introductions and changes necessary to optimise the process, product and service offering.

## 1. CONTESTO E OBIETTIVI

L'innovazione tecnologica sta cambiando profondamente il tessuto economico e sociale a tutti i livelli, modificando le dinamiche dei mercati e dei processi aziendali. In questo contesto di cambiamenti nasce l'*InsurTech*, termine che deriva dalla fusione di "*Insurance*" e "*Technology*" e che sta ad indicare tutto ciò che è innovazione tecnologica in ambito assicurativo (*mobile technology, intelligenza artificiale, blockchain, internet of things*). Il trend delle *Smart Home* è parte di questi cambiamenti, il termine si riferisce in particolare ad abitazioni dotate di tecnologie informatiche e dispositivi di sensoristica che anticipano e rispondono alle esigenze degli occupanti, lavorando per garantire comfort, sicurezza e intrattenimento, attraverso la gestione di dispositivi ed elettrodomestici all'interno della residenza. Per questa possibilità di entrare all'interno delle case degli utenti e conoscere meglio le loro abitudini, negli ultimi anni molte aziende si sono interessate a questa nuova tendenza, cercando di integrare queste nuove tipologie di prodotti all'interno della loro offerta. Un settore che si è dimostrato particolarmente interessato è stato quello assicurativo, dove diverse aziende hanno cercato di creare offerte specifiche per i loro clienti associando polizze assicurative casa a device IoT per la sicurezza dell'abitato e la salvaguardia dei suoi abitanti.

Generali Italia, compagnia assicurativa del Gruppo Generali, leader del mercato italiano, è tra le aziende che più ha creduto a questa rivoluzione, spostandosi verso un modello che vede l'assicurato al centro di un ecosistema di servizi personalizzabili che abbracciano sempre più ambiti (auto, previdenza, assistenza, casa), seguendo la sua filosofia di "*Partner di Vita*". In quest'ottica, Generali ha creato una linea di soluzioni assicurative modulari, "*Immagina Adesso*", in grado di coprire diverse tipologie di rischio, tra cui vi è un modulo relativo ai rischi di danni ai beni, responsabilità civile e furto connessi all'abitazione, dal nome "*Adesso Casa*". Il modulo possiede tre diversi pacchetti di servizi, tra cui quello analizzato all'interno dell'elaborato, "*Casa in Touch*", offerta premium che include un kit dotato di sensoristica IoT per la prevenzione dei rischi e il monitoraggio dell'abitazione. Il kit, prodotto dall'azienda Octo Telematics, è costituito da un'hub centrale e quattro dispositivi: un sensore antiallagamento, una telecamera con volumetrico integrato, un sensore fumo e uno perimetrale, monitorati tramite una specifica App, "*Immagina Casa*". Il contesto in cui si inserisce il progetto è caratterizzato da un revamping di questo prodotto, avvenuto a Febbraio 2021, con eventi e campagne pubblicitarie dedicate. L'obiettivo del progetto è quello di migliorare l'offerta "*Casa in Touch*" ottimizzando i processi di analisi e pianificando delle linee evolutive che riescano a incrementare l'attuale penetrazione sul mercato e ingaggiare maggiormente i clienti all'utilizzo consapevole dei dispositivi.

## 2. OVERVIEW DI PROGETTO

Partendo dall'obiettivo presentato, il progetto è stato suddiviso in cinque stream, al fine di indagare l'attuale offerta "*Casa in Touch*" a 360 gradi, identificare tutte le eventuali problematiche o spunti di miglioramento, e cercare di trovare le opportune soluzioni. Sulla base delle conclusioni ottenute per ciascuno stream saranno poi identificate e analizzate le possibili linee evolutive dell'offerta e, successivamente, valutati gli step di crescita della stessa dal punto di vista del prodotto, del servizio e dei processi. Le attività e i risultati di ciascuno stream progettuale, in cui il candidato ha partecipato e contribuito attivamente, sono riassunti all'interno della *Tabella 1*.

STREAM	ATTIVITÀ	METODOLOGIA DI LAVORO	RISULTATI OTTENUTI	§
MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE	Identificazione nuove analisi	Estrazione e analisi dei dati a disposizione, creazione degli indicatori e loro presentazione.	- Definite 8 nuove analisi per il report periodico; - Creati 17 nuovi indicatori con relativi grafici; - Report semi-automatizzato tramite tabelle pivot.	3.1
	Creazione del documento Master	Strutturazione del Master e linee guida per le attività.	- Definita la struttura del documento Master; - Esplicitato il know-how per aggiornare il report.	3.2
ANALISI DI BENCHMARK	Indagine offerte dei competitor	Ricerca di informazioni online e tramite Mystery Call, con individuazione best practices.	- Analizzate 14 offerte dei competitor; - Effettuate 67 chiamate utili ai player individuati; - Analizzate 7 best practices del mercato.	4.1
	Scouting Funzionale	Ricerca online di soluzioni funzionali integrabili al kit.	Identificati 6 ambiti funzionali e 8 relative soluzioni tecnologiche potenzialmente integrabili all'offerta.	4.2
IDENTIFICAZIONE ATTIVITÀ DI ENGAGEMENT	Data Enrichment	Definizione dei dati disponibili con le soluzioni dello scouting.	Identificati tutti i dati disponibili per ciascuna delle 8 soluzioni tecnologiche definite nello Scouting.	5.1
	Individuazione canali e attività di Engagement	Identificazione dei touchpoint con il cliente e le attività di engagement attuabili.	Identificati 5 canali di engagement attualmente poco sfruttati dall'azienda e definite 26 attività informative da trasferire al cliente tramite essi.	5.2
	Creazione di un Customer Scoring	Creazione di un sistema di punteggi per profilare i clienti.	Definita la struttura di calcolo di 2 categorie di punteggi, identificati 6 profili e relative strategie.	5.3
PROFILAZIONE CLIENTI	Identificazione bug e problemi di sistema	Definizione problematiche della piattaforma tramite l'analisi dei dati estratti da 100 clienti.	- Identificati 6 bug di sistema e analizzate le possibili soluzioni attuabili per ciascuno di essi; - Definiti 5 segnali aggiuntivi necessari alle analisi.	6.1
	Analisi descrittiva dei clienti	Indagine sui comportamenti del cliente medio e sulle caratteristiche dei dispositivi, tramite estrazione di dati.	- Creati 12 indicatori con relativi grafici e tabelle informative, riferiti a 4 diversi ambiti di indagine; - Creato un nuovo report e un file di calcolo Excel aggiornabile con tutte le analisi necessarie.	6.2
	Clusterizzazione clienti	Analisi dei profili di cliente individuabili tramite estrazione dati completa di 412 utenti.	- Definiti 26 profili di cliente diversi, basati su 5 indicatori riferiti a 2 categorie diverse di segnali; - Ideato sistema di profilazione con funnel a 3 livelli.	6.3
ANALISI SINISTRI IoT	Analisi di rilevanza dei sinistri IoT	Indagine sullo stato di attivazione kit e la rilevanza del sinistro tramite lettura di documenti peritali e estrazione dei dati dai sensori.	- Identificati come attivi nel sinistro il 45% dei kit ed effettivamente rilevati dai sensori solo il 12% dei sinistri (esclusivamente casi di Fenomeni Elettrici); - Rilevate e analizzate 2 principali problematiche derivanti dall'analisi effettuata.	7.1
	Creazione di una Matrice di raccolta dati per i sinistri IoT	Ideazione di un form per la raccolta dati di sinistri IoT tramite l'analisi del processo e dei documenti peritali.	- Identificati i dati per l'analisi dei sinistri IoT; - Definite le domande per ogni tipo di sinistro; - Ideata una matrice strutturata per la raccolta dei dati, con linee guida auto-esplicative.	7.2
	Analisi di redditività del prodotto	Analisi dei dati relativi ai costi e profitti del prodotto IoT, a confronto con il Tradizionale.	- Definiti 10 indicatori e relativi grafici integrabili all'analisi di redditività, riferiti a 5 ambiti diversi; - Verificata la migliore redditività del prodotto IoT.	7.3

Tabella 1: Sintesi degli stream progettuali, attività principali, metodologie di lavoro e risultati ottenuti nel progetto.

### 3. MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE

Questo Stream è dedicato al monitoraggio delle performance di prodotto, del livello di servizio e dei volumi di vendita dell'offerta. Partendo da un'indagine sulla situazione AS-IS, tramite l'analisi dei dati a disposizione, l'obiettivo è stato quello di integrare nuove analisi e strutturare un Master<sup>1</sup> Excel per ottimizzare le attività di reportistica periodica.

#### 3.1 Identificazione nuove analisi

Dopo uno studio dei dati a disposizione, sono state individuate nuove analisi in modo da allargare l'ambito di indagine e approfondire alcuni aspetti nascosti dell'andamento dell'offerta, definendo gli indicatori necessari per ciascuna di esse e le relative modalità di calcolo. Queste analisi sono riportate brevemente all'interno della *Tabella 2*.

<sup>1</sup> Documento Excel principale al cui interno sono contenuti tutti i dati, grafici, riferimenti e calcoli necessari alle attività di processo.

### 3.2 Creazione del documento Master

Una volta introdotte le nuove analisi, è stato deciso di strutturare il documento Master<sup>2</sup> Excel in modo da facilitare le attività di reportistica. Per questo sono stati automatizzati la maggior parte dei calcoli, organizzati in fogli in funzione delle slide del report a cui fanno riferimento, ed è stato creato un *vade mecum* iniziale per guidare il responsabile nelle attività ed esplicitare il know-how necessario al processo di aggiornamento.

TIPOLOGIA DI ANALISI	INDICATORI
<b>Livello di penetrazione periodica del prodotto</b>	- Penetrazione del prodotto IoT annuale; - Penetrazione del prodotto IoT mensile.
<b>Distribuzione geografica delle vendite</b>	- Percentuale di kit venduti per regione; - Penetrazione del prodotto per regione.
<b>Monitoraggio del funnel di vendita</b>	- Numero assoluto di kit "Venduti", "Spediti", "Consegnati" e "Installati".
<b>Livello di vendite per provincia e per agenzia</b>	- Numero di kit venduti per provincia; - Numero di kit venduti per ogni agenzia.
<b>Distribuzione di età e genere dei clienti</b>	- Percentuale di clienti maschi e femmina; - Clusterizzazione clienti per fasce d'età.
<b>Monitoraggio del livello di servizio spedizioni</b>	- Numero dei kit in base al loro stato ("Da spedire", "Spedito", "Consegnato").
<b>Tempistiche di attivazione del kit</b>	- Tempo medio di consegna e di attivazione - Clusterizzazione dei clienti in base al tempo di attesa per l'attivazione.
<b>Percentuale di kit attivi e consegnati per regione</b>	- Percentuale di kit attivi per regione; - Percentuale di kit consegnati per regione.

Tabella 2: Analisi e indicatori individuati tramite le attività progettuali.

### 3.3 Risultati

Partendo da una situazione di scarso sfruttamento dei dati a disposizione, con il monitoraggio di soli tre indicatori calcolati manualmente in un unico foglio Excel non ordinato e privo di indicazioni, queste attività hanno permesso di:

- aumentare lo spettro di indagine del report, con l'aggiunta di 8 nuove analisi e 16 corrispettivi indicatori;
- creare un Master strutturato, semi-automatico ed auto-esplicativo, per esplicitare il know-how del processo.

## 4. ANALISI DI BENCHMARK

Stream dedicato all'individuazione dei competitor e all'analisi della loro offerta, a confronto con quella di Generali, cercando di identificare le best practices del mercato e le funzionalità mancanti potenzialmente integrabili al kit.

### 4.1 Indagine offerte dei competitor

È stato inizialmente definito il framework di indagine, composto da quattro macro-ambiti (*Economics, Technology, Services e App*), e da 14 competitor italiani (7 del mercato Assicurativo e 7 in ambito Utility e Telco).

L'indagine è stata effettuata tramite il reperimento di informazioni online e un'attività di Mystery Call, caratterizzata da 67 chiamate dirette ai diversi uffici di ciascun player, effettuate al fine di confermare e integrare le informazioni reperite e identificare eventuali best practices di vendita. Le principali evidenze sono riassunte nella *Tabella 3*.

AMBITO	CARATTERISTICHE RILEVANTI
<b>Economics</b>	Le fasce di prezzo delle offerte sono generalmente differenziate a seconda del numero dei dispositivi compresi nel kit, le assicurazioni tendono ad avere un'offerta in comodato d'uso, le aziende Utility e Telco vendono invece il kit a un prezzo fisso.
<b>Technology</b>	Il numero dei dispositivi del kit è variabile principalmente a seconda del prezzo, senza particolari differenze di qualità tra i dispositivi. Le assicurazioni tendono ad avere un'offerta incentrata sulla Safety e Security; le aziende Utility e Telco tendono invece ad associare al kit dispositivi in ambito Energy e spesso sono aperti a sistemi di terze parti o integrabili con assistenti vocali. Quasi tutti offrono la possibilità di arricchire il kit base con l'aggiunta di loro dispositivi compatibili.
<b>Services</b>	Le offerte di servizi sono standard e molto simili tra loro, comprendenti per la maggior parte: assistenza 24/7, possibilità di collegamento rapido alla vigilanza privata e copertura per gli interventi di riparazione. Le assicurazioni, in più, hanno spesso servizi aggiuntivi come l'assistenza proattiva <sup>3</sup> ed altri più specifici collegati alle diverse garanzie comprese in polizza.
<b>App</b>	Le funzionalità presenti all'interno dell'App per la gestione dei dispositivi sono molto simili. Alcuni hanno un App specifica, altri una sezione dedicata nell'App principale, per questo il numero di download e il rating rilevati sono molto variabili tra loro.

Tabella 3: Caratteristiche principali del mercato rilevate per ciascun ambito di indagine.

<sup>2</sup> Documento principale contenente tutte le analisi e i calcoli da effettuare per l'attività di aggiornamento del report periodico.

<sup>3</sup> Servizio con possibilità di invio gratuito di tecnici/professionisti alla propria abitazione in caso di rilevato allarme.

Alla luce di queste evidenze, è stato possibile contestualizzare il kit di Generali come un prodotto di fascia prezzo medio-bassa, con un'unica offerta standard, chiuso a sistemi di terze parti e con numero di dispositivi limitato ma ampliabile, improntato esclusivamente sulla Safety e Security. I servizi offerti sono essenzialmente tutti quelli disponibili sul mercato, così come le funzionalità dell'App, in linea con gli altri player. Attraverso queste analisi sono state inoltre analizzate le best practices potenzialmente integrabili all'interno dell'offerta di Generali (Tabella 4).

BEST PRACTICE	DESCRIZIONE
<b>Integrazione con assistenti vocali</b>	Possibilità di controllare i dispositivi da remoto e di abilitare funzioni e servizi aggiuntivi, come il controllo vocale dei sensori, la rilevazione di determinati rumori e la riproduzione di suoni specifici per la prevenzione del rischio furto.
<b>Apertura a sistemi di terze parti</b>	Aggiornamento dell'architettura dell'hub centrale per l'integrazione di device sviluppati da terze parti, ampliando l'offerta, consentendo la personalizzazione del kit e diminuendo l'obsolescenza del prodotto.
<b>Hub centrale con router integrato</b>	Trasformazione dell'hub centrale in un modem/router wi-fi, in partnership con una Telco, offrendo ai clienti anche la banda internet per collegarsi. Abilita l'accesso a nuovi mercati e amplia il tipo di informazioni possedute sul cliente.
<b>Prima installazione in loco gratuita</b>	Installazione del kit tramite invio gratuito di tecnici specializzati, garantendo un maggior tasso di installazione e il corretto posizionamento dei sensori, oltre che dare la possibilità di formare il cliente sul loro corretto utilizzo.
<b>Diversificazione dell'offerta</b>	Creazione di un'offerta di kit differenziata sulla base di esigenze specifiche del cliente, consentendo maggior rispondenza ai bisogni con pacchetti preconfezionati e una possibilità di scelta autonoma dei dispositivi specifici.
<b>Rimborso su premio - presenza in casa</b>	Inserimento di un modulo bluetooth per la rilevazione della presenza in casa del cliente, consentendo di identificare i comportamenti che riducono il rischio assicurativo e prevedendo rimborsi proporzionali sul rinnovo di polizza.
<b>Corner dimostrativo dedicato al kit</b>	Promozione con dimostrazione fisica del prodotto ai clienti nelle agenzie selezionate, tramite infografiche e totem che incentivino l'acquisto e attraverso la dimostrazione del funzionamento del kit da parte degli agenti.

Tabella 4: Presentazione delle principali Best Practices individuate nel mercato.

## 4.2 Scouting Funzionale

Dopo aver analizzato le offerte dei competitor è stato deciso di indagare alcune nuove soluzioni a livello funzionale da poter integrare all'attuale offerta. Queste sono presentate nella Tabella 5, divise per ciascun ambito individuato.

AMBITO	INTEGRAZIONI	FUNZIONALITÀ PRINCIPALI
<b>Ambiente casa</b>	Sensore di Umidità Rilevatore Temperatura Sensore qualità dell'aria	- Monitoraggio continuo dello stato dell'abitazione e del suo livello di vivibilità; - Abilitazione di statistiche sulla probabilità di sinistro in certe condizioni ambientali; - Possibilità di identificare o confermare sinistri di tipo incendio e allagamento.
<b>Meteo</b>	API meteo esterna	- Calcolo del rischio assicurativo specifico per eventi atmosferici tramite modelli predittivi; - Rilevamento di temperatura, umidità, vento e probabilità di fulmini, grandine e nebbia; - Rilevamento allerte meteo per avvertire il cliente e sensibilizzarlo sui relativi rischi.
<b>Tracking GPS</b>	GPS dello smartphone Dispositivi wearable Radiocomando	- Possibilità di abilitare funzionalità di <i>Geofencing</i> e conseguenti automatismi; - Monitoraggio degli spostamenti in tempo reale e utilizzo per il ritrovamento di oggetti; - Possibilità di sensibilizzare il cliente quando si reca in luoghi caratterizzati da rischi specifici.
<b>Security</b>	Assistente vocale (es. <i>Amazon Guard</i> )	- Abilitazione di comandi vocali, con relative funzioni e servizi aggiuntivi da remoto; - Rilevamento di rumori nell'abitato per l'identificazione o conferma di furti e allagamenti; - Possibilità di riproduzione suoni e attivazione di scenari luci per la prevenzione dal furto.
<b>Energy</b>	Smart Metering <sup>4</sup>	- Identificazione degli elettrodomestici presenti nell'abitato e il loro stato di obsolescenza; - Controllo dei consumi energetici con analisi specifiche in funzione del profilo energetico; - Rilevamento predittivo di anomalie e malfunzionamenti con studio delle onde quadre.
<b>Health</b>	Smartwatch (es. <i>Healthwatch</i> <sup>5</sup> )	- Rilevamento dei parametri vitali per la valutazione dello stato di salute del cliente; - Rilevamento di abitudini e attività degli utenti, con possibilità di abilitare profilazioni dettagliate dello stesso e servizi tempestivi di pronta assistenza per persone fragili; - Possibilità di collegamento ad una polizza vita per il calcolo puntuale dei premi di polizza.

Tabella 5: Possibili integrazioni tecnologiche e funzionali derivanti dallo Scouting.

## 4.3 Risultati

Grazie alle attività svolte all'interno di questo stream è stato possibile:

- identificare tutte le offerte dei competitor e analizzare la posizione relativa di Generali rispetto agli altri player;

<sup>4</sup> Dispositivo da attaccare al quadro elettrico di casa per il rilevamento degli elettrodomestici collegati e il monitoraggio dei relativi consumi.

<sup>5</sup> Tipologie di smartwatch con tecnologie e funzionalità specifiche per il monitoraggio dei parametri vitali dell'utente.

- individuare 7 best practices del mercato in linea con la value proposition dell'azienda, che potrebbero essere integrate all'attuale offerta per risolvere, inoltre, alcuni problemi individuati negli stream successivi;
- mettere in risalto 6 funzionalità e 8 soluzioni tecnologiche mancanti all'offerta, di cui potrebbe essere utile valutare una futura integrazione, in modo da aumentare l'attrattività, l'interattività e la longevità del prodotto.

## 5. IDENTIFICAZIONE ATTIVITÀ DI ENGAGEMENT

Stream dedicato all'individuazione di attività da rivolgere al cliente per ingaggiarlo maggiormente e portarlo ad un più frequente utilizzo dei dispositivi, questo tramite l'identificazione delle informazioni potenzialmente utili per l'utilizzatore e l'ideazione di un sistema di punteggi che riesca a premiare e indirizzare i suoi comportamenti virtuosi.

### 5.1 Data Enrichment

Presi come input le integrazioni analizzate all'interno dello Scouting Funzionale, sono state identificati tutti i possibili dati a disposizione che, grazie ad esse, potrebbero essere forniti al cliente. Queste sono riassunte nella *Tabella 6*.

AMBITI	DISPOSITIVI INTEGRABILI	DATI UTILI
Ambiente Casa	Sensore Temperatura	Temperatura interna all'abitazione (T. media nella giornata e T. istantanea).
	Sensore Umidità	Tasso di umidità interna (Tasso medio nella giornata e Umidità istantanea).
	Sensore qualità dell'aria	Livello della qualità dell'aria dell'abitazione (livelli di CO2 e VOC in real time).
Meteo	API meteo esterne	Probabilità precipitazioni, velocità vento, pressione, temperatura e umidità esterni.
Tracking GPS	Tracker GPS	Posizione del cliente in tempo reale e identificazione dei suoi punti di interesse.
Security	Assistente vocale	Riconoscimento vocale, dei rumori nell'abitato e livello di inquinamento acustico.
Energy	Smart Metering	Consumo di energia elettrica, riconoscimento profili energetici e anomalie elettriche.
Health	Smartwatch	Attività fisiche, distanza percorsa, calorie bruciate e stato di salute dei clienti (frequenza cardiaca, saturazione ossigeno, qualità del sonno, respirazione).

*Tabella 6: Dati utili potenzialmente disponibili tramite le integrazioni presentate nello Scouting Funzionale.*

### 5.2 Individuazione dei canali e delle attività di Engagement

Una volta individuati tutti i dati a disposizione, l'indagine si è spostata sulla ricerca dei canali di Engagement da sfruttare come potenziale touchpoint con il cliente. I canali identificati, attualmente inutilizzati o poco sfruttati dall'azienda, sono riportati nella *Tabella 7*. All'interno dell'elaborato integrale, basandosi sull'integrazione dei dati presentati, sono state identificate delle attività di Engagement per ciascuno di essi, comprese di esempi grafici.

CANALI	DESCRIZIONE E FINALITÀ
Notifiche push	Messaggio istantaneo per allertare di una situazione imminente e/o di allerta, da rendere facilmente e tempestivamente visibili al cliente e da utilizzare in caso di bisogno di risposta celere (es. allarmi).
Notifiche periodiche	Messaggio settimanale con il resoconto dei dati rilevati e consigli utili in base alle informazioni estratte dall'utente, con la finalità di far rendere conto al cliente del buono utilizzo dei suoi dati da parte dell'azienda.
Sezione dell'app	Sezione con funzionalità specifiche, informazioni dettagliate e possibilità di personalizzazione dei sensori, necessaria ad avere uno spazio dedicato alla gestione e il controllo dei propri dati e di funzionalità specifiche.
Widget	Componente visivo per monitorare in tempo reale i parametri scelti e controllare lo stato dei dispositivi senza entrare in App, in modo da rendere subito disponibili le informazioni da lui ritenute più utili.
Newsletter periodica	Resoconto delle informazioni basate sui dati rilevati e consigli specifici per ciascun utente in base al profilo rilevato, finalizzato principalmente a sensibilizzare il cliente su temi specifici di rischio e prevenzione.

*Tabella 7: Descrizione dei canali di Engagement disponibili e le relative finalità.*

### 5.3 Creazione di un Customer Scoring

Tramite l'utilizzo dei identificati nel "Data Enrichment" e quelli già a disposizione, è stato ideato un sistema di punteggi per il cliente IoT in grado sia di profilare l'utente che di ingaggiarlo maggiormente al corretto utilizzo del kit. Sono state

create due tipologie di punteggi, uno finalizzato a monitorare la cura verso la prevenzione dei rischi dell'abitazione (*Home Scoring*), l'altro finalizzato a monitorare l'interesse dei clienti per i dispositivi (*Technology Scoring*). Questi compongono un punteggio macro, "*Customer Scoring*" che identifica il livello complessivo dell'utente. Ciascuno Scoring è previsto essere calcolato mensilmente in maniera dinamica sulla base di determinati parametri. A seconda del punteggio raggiunto sono stati identificati diversi profili, in modo da attivare azioni puntuali e mirate sulla base dei cambiamenti rilevati nel tempo. Nella *Tabella 8* sono presentati brevemente i profili e le azioni rilevate.

PROFILI	DESCRIZIONE	AZIONE MIRATA
<b>TECHNOLOGY SCORING</b>		
<b>Cliente disinteressato</b>	Ha smesso di utilizzare i dispositivi, non li ha mai installati o permangono in uno stato di anomalia.	Azione di Engagement per far diventare/tornare il cliente attivo e interessato (notifiche e messaggi informativi mirati).
<b>Cliente Prudente</b>	Ha tutti i dispositivi correttamente installati e li utilizza in modo adeguato e continuativo.	Azione Commerciale di up-selling improntata alla vendita di nuovi dispositivi mancanti (promozioni a tempo).
<b>Cliente Tecnologico</b>	Presta molta attenzione al funzionamento di tutti i dispositivi e li utilizza in maniera molto frequente.	Azione di Rewarding con scontistiche su dispositivi mancanti e prova anticipata di nuovi dispositivi in uscita.
<b>HOME SCORING</b>		
<b>Cliente Fantasma</b>	Non effettua manutenzioni con Generali e non possiede o utilizza dispositivi aggiuntivi per la casa.	Azione di Engagement per invogliare ad usare manutenzioni convenzionate con l'azienda e comprare dispositivi aggiuntivi.
<b>Cliente Monitorato</b>	Usa mediamente i dispositivi di tracciamento e ha effettuato qualche manutenzione alla casa.	Azione Commerciale per invogliare alle manutenzioni e all'uso dei dispositivi GPS e di monitoraggio dell'ambiente casa.
<b>Cliente Attento</b>	Usa spesso i dispositivi aggiuntivi ed è molto attento alla cura e allo stato dell'abitazione.	Azione di Rewarding mirata a invogliare il cliente a rimanere in Generali, tramite scontistiche mirate.

*Tabella 8: Descrizione dei profili e delle strategie identificate per il Technology Scoring e l'Home Scoring.*

## 5.4 Risultati

Partendo dalle analisi condotte nel Data Enrichment, attraverso le attività di questo stream, è stato possibile:

- identificare e dare un rinnovato utilizzo a 5 canali di engagement al momento non adeguatamente sfruttati;
- prevedere fino a 26 attività di engagement basate sui dati potenzialmente a disposizione tramite l'integrazione dei dispositivi corrispondenti, in modo da aumentare lo sfruttamento delle informazioni e dei canali disponibili;
- ideare un sistema di punteggi in grado di profilare ed agire in maniera proattiva nei confronti del cliente.

## 6. PROFILAZIONE CLIENTI

Stream dedicato all'analisi dei dati prodotti dai dispositivi, al fine di identificare eventuali problematiche e bug della piattaforma, analizzare l'utilizzo medio e le caratteristiche del kit, e valutare la possibilità di profilare i clienti.

### 6.1 Identificazione bug e problemi della piattaforma

Tramite il confronto delle regole dei segnali in piattaforma e l'analisi dei dati estratti da 100 clienti, è stato possibile rilevare determinati bug di sistema e problematiche di analisi. Nella *Tabella 9* sono elencati i principali problemi.

PROBLEMATICA RISCONTRATA	DESCRIZIONE
<b>Doppi segnali per l'attivazione e disattivazione dell'antifurto</b>	Per effetto della comunicazione tra App e unità centrale, il cliente può inviare più segnali di avvenuto armo o disarmo, questi vengono tutti riportati sulla piattaforma, inficiando le analisi.
<b>Assenza totale di segnali dei dispositivi per diversi giorni</b>	Saltuariamente l'unità centrale non invia nessun segnale alla piattaforma per diversi giorni. Il fenomeno avviene anche con il kit in stato di buon funzionamento e con tutti i dispositivi attivi.
<b>Check periodici con timing inconsistente</b>	L'unità centrale invia ogni 12h un segnale che conferma l'assenza o la presenza di anomalie. Spesso, tuttavia, sono presenti segnali a diversi orari che causano il resetting del timing delle 12h.
<b>Check periodico incompleto in caso di più anomalie</b>	Nel caso si presentino più anomalie contemporaneamente, solo una di esse viene regolarmente riportata nel check periodico delle 12h, non conoscendo se una di queste è stata risolta nel tempo.

<b>Inversione di segnali in piattaforma</b>	I segnali talvolta sono riportati in ordine inverso rispetto a quanto previsto dalle logiche di funzionamento dell'unità centrale, inficiando quindi le analisi effettuate su di essi.
---	--

**Tabella 9:** Descrizione delle problematiche e bug di sistema identificate nella piattaforma IoT.

Successivamente, sono stati identificati i segnali mancanti ritenuti necessari al fine di facilitare e abilitare alcune analisi, in particolare si fa riferimento a segnali di: *rilevazione del passaggio telecamera, identificazione spike di tensione, fine allarme per telecamera, spegnimento unità centrale, avvenuta risoluzione specifica di ogni anomalia.*

## 6.2 Analisi descrittiva dei clienti

Tramite l'estrazione completa dei segnali in piattaforma di 412 clienti, si è proceduto ad un'analisi descrittiva dell'utilizzatore medio e del funzionamento dei dispositivi. Di seguito sono riportate le evidenze principali:

### 1) Utilizzo dei dispositivi da parte del cliente medio

- Il 49% dei clienti che hanno acquistato il kit non l'ha mai installato;
- Il 70% dei clienti con il kit installato, ad oggi lo hanno in uno stato non funzionante (in anomalia<sup>6</sup> o disattivato);
- Dopo il primo mese c'è una riduzione media del 65% nella frequenza mensile di utilizzo dell'antifurto.

### 2) Funzionamento dei dispositivi

- Il 35% dei clienti risolve in media le anomalie in meno di 24 ore, il tempo medio di risoluzione è di una settimana;
- Il 65% delle anomalie vengono risolte in meno di 24 ore, il 13% viene risolta dopo almeno una settimana;
- Nonostante la durata delle batterie garantita sia di un anno, il 60% di esse si scaricano tra i 100 e i 200 giorni.

## 6.3 Clusterizzazione clienti

Al fine di identificare le caratteristiche di ciascun utente e monitorare i suoi comportamenti è stata effettuata una loro clusterizzazione. Sono state prese in considerazione due categorie (*Gestione Anomalie e Utilizzo Antifurto*) in cui sono stati identificati determinati indicatori. I valori soglia di ciascuno di essi e la fattibilità di queste analisi sono stati valutati insieme al team Analytics di ELIS, che ha confermato la possibilità di profilare con questi indicatori (*Figura 1*).

CATEGORIA	INDICATORI	LOGICA DI CALCOLO	PROFILI			
ANOMALIE	1. Tempo di risoluzione medio Anomalie	Tempo dall'inizio dell'Anomalia (AN/RS) al primo segnale di assenza anomalie (ST) corrispondente	NON ANOMALO Mai avuto anomalie  79	RISOLUTO Risoluzione Rapida (T<1gg) 149	TARDIVO Risoluzione Tardiva (1gg<T<3gg) 65	LASCIVO Tempo elevato o non risolte (T>3gg) 119
	2. Frequenza mensile delle Anomalie	Numero di Anomalie (AN) rilevate all'interno del mese di riferimento		ATTENTO Poche anomalie (An.<0,5/mese) 197	DISATTENTO Anomalie medie-alte (0,5/mese<An.<2/mese) 120	ANOMALO Anomalie molto frequenti (An.>2/mese) 16
INTRUSIONE ARMATA	3. Frequenza mensile Attivazioni Armo	Numero di attivazioni di Armo e Disarmo (IA-ID) rilevate all'interno del mese di riferimento	NON UTILIZZATORE Mai usato l'intrusione armata  146	SPORADICO Utilizzo Ridotto (At.<1/mese) 111	UTILIZZATORE Utilizzo Medio (1/mese<At.<10/mese) 126	FREQUENTE Utilizzo Elevato (At.>10/mese) 29
	4. Durata media attivazioni di Intrusione Armata	Tempo trascorso dall'attivazione di un Armo (IA) e il Disarmo (ID) corrispondente		BREVE Protezioni di breve durata (T<4h) 118	MEDIO Protezione di media durata (4h<T<12h) 38	LUNGO Protezione di lunga durata (T>12h) 110
	5. Maggior utilizzo in giorni Feriali/Festivi	Tempo trascorso da un Armo (IA) e il Disarmo (ID) corrispondente, nei giorni feriali e festivi		FERIALE Utilizzo prevalente feriale (T.fer>60%) 29	BILANCIATO Utilizzo bilanciato (T.fer<60% e T.fes<60%) 186	FESTIVO Utilizzo prevalente festivo (T.fes>60%) 51

**Figura 1:** Indicatori, Logiche di Calcolo e numerosità dei Cluster individuati per la Profilazione clienti.

**LEGENDA:** "T"=tempo; "gg"=giorni; "An."=numero di anomalie; "At."=numero di attivazioni; "T.fer/fes"=tempo feriale/festivo.

Sulla base di questi è stato creato un funnel a tre livelli per prioritizzare i profili su cui è necessario agire con tempestività al fine di abilitare attività mirate per far tornare il cliente attivo e creare strategie per ingaggarlo.

<sup>6</sup> Il kit è considerato come in uno stato di "anomalia" quando ha solo segnali di anomalie persistenti per più di sette giorni.

## 6.4 Risultati

Attraverso le attività svolte all'interno di questo stream è stato possibile:

- identificare 5 problematiche della piattaforma e altrettanti segnali mancanti per abilitare analisi automatiche;
- individuare problemi nella durata delle batterie e nel funzionamento dei sensori, oltre che mettere in evidenza la bassa percezione di utilità nel kit che porta l'utente a non installarlo o interagirci di rado;
- identificare un incentivo all'utilizzo, con azzeramento della franchigia in caso di kit attivo durante il sinistro;
- verificare la possibilità di profilare i clienti tramite 5 indicatori e prevenendo fino a 17 profili combinabili tra loro.

## 7. ANALISI SINISTRI IOT<sup>7</sup>

Stream dedicato all'identificazione e all'analisi dei sinistri del prodotto "Casa in Touch" e loro caratteristiche, a confronto con quelli della polizza casa Tradizionale<sup>8</sup> di "Immagina Adesso". L'obiettivo è quello di definire l'impatto dei dispositivi sulla prevenzione dei rischi della casa e, di conseguenza, effettuare un'analisi di redditività sul prodotto.

### 7.1 Analisi di rilevabilità dei sinistri IoT

Dopo uno studio dei documenti peritali<sup>9</sup> (un centinaio di perizie riferite a sinistri IoT), l'indagine si è concentrata su 57 di essi, di cui sono stati estratti i dati dei dispositivi in prossimità del sinistro. Tramite essi, da una parte si è analizzato lo stato di attivazione del kit durante il sinistro, registrando solo un 45% di essi attivi; dall'altra si è indagato la potenziale rilevabilità del sinistro da parte dei dispositivi (per entità del danno e luogo del sinistro), risultando rilevati effettivamente solo il 12% dei casi, riferiti a eventi di Fenomeni Elettrici<sup>10</sup>. Il riassunto dei risultati è riportato in *Figura 2*.

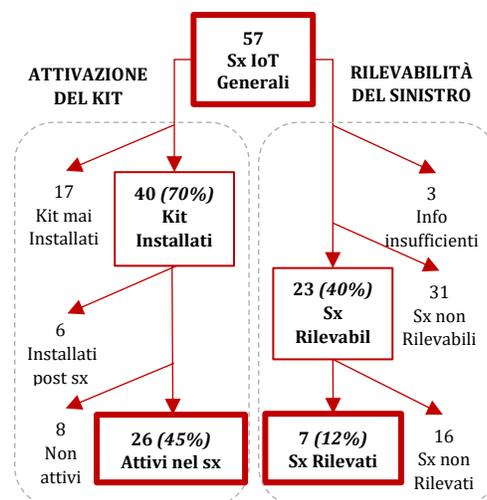


Figura 2: Risultati dell'analisi dei sinistri IoT ("Sx IoT").

### 7.2 Creazione di una Matrice di raccolta dati per i sinistri IoT

Grazie all'analisi della documentazione è stato possibile identificare due grandi problemi: la mancanza di riferimenti ai dispositivi all'interno delle perizie e l'assenza di un modulo unico strutturato per la raccolta dei dati, diverso per ogni studio peritale. Per consentire future analisi statistiche automatiche riguardo l'efficacia dei dispositivi nella prevenzione del rischio, è stato deciso di creare una Matrice di raccolta dati specifica per i sinistri IoT, da fornire e far compilare a tutti i periti a completamento della perizia. In essa sono state inserite, in caselle a scelta multipla, tutte quelle domande che sono state ritenute utili per effettuare successive analisi statistiche per i sensori.

### 7.3 Analisi di redditività del prodotto

Nonostante le problematiche riscontrate, è stato comunque deciso di effettuare un'analisi di redditività del prodotto "Casa in Touch", utilizzando i dati a disposizione nel sistema. Di seguito sono presentati i risultati più rilevanti:

<sup>7</sup> Sinistri accaduti a clienti che possiedono una polizza "Adesso Casa" con il kit "Casa in Touch".

<sup>8</sup> Polizza "Adesso Casa" con pacchetto di servizi privo del kit "Casa in Touch" ("Casa Start" e "Casa Plus").

<sup>9</sup> Per "Documenti Peritali" si intende la perizia del sopralluogo del sinistro, la denuncia del sinistro e la liquidazione del danno.

<sup>10</sup> Sinistri caratterizzati da uno sbalzo di tensione elettrica che causa danni a impianto elettrico o elettrodomestici.

- *Redditività aggregata*: il prodotto con l'SP<sup>11</sup> migliore risulta globalmente essere quello IoT rispetto a quello Tradizionale. Fatto che si conferma per ogni anno ad eccezione del 2020, in cui l'SP è comparabile.
- *Redditività Garanzie Dirette*<sup>12</sup>: l'SP migliore è posseduto sempre dall'IoT, con un'ottima redditività in particolare per il ramo Incendi. Al contrario il prodotto Tradizionale risulta più redditizio nel ramo Assistenza.
- *Focus sulla Garanzia Assistenza*: il costo medio di intervento è di 268€ per il prodotto Tradizionale contro gli 8,76€ dell'IoT, cifra che aumenta a 167€ contando solo gli effettivi interventi (151/3482 casi, il 4% del totale).
- *Costi medi per sinistro*: i più elevati, sia nel caso IoT che Tradizionale, sono relativi alla garanzia Incendio (2.225€ IoT e 4.767€ Tradizionale), rispetto al costo delle altre garanzie, che si attesta su una media inferiore a 1000€.

## 7.4 Risultati

Nonostante le problematiche riscontrate, attraverso questo stream è stato possibile:

- dimostrare come, a livello aggregato, il prodotto IoT ha migliori prestazioni rispetto a quello Tradizionale casa;
- individuare problematiche come l'esiguo utilizzo dei kit da parte del cliente e la difficoltà dei dispositivi nel rilevamento del sinistro, fatti che rendono sporadica la loro identificazione, ad eccezione dei Fenomeni Elettrici;
- pianificare, per i Fenomeni Elettrici, un sistema di liquidazione rapida dei sinistri basato sulla conferma dei dati;
- ideare una Matrice di raccolta dati per i sinistri IoT, per facilitare le analisi e risolvere alcuni problemi rilevati.

## 8. LINEE EVOLUTIVE DELL'OFFERTA

Sono ora riassunte e classificate le migliori proposte di sviluppi futuri identificate per l'offerta. A tale fine, in *Tabella 10*, sono presi in considerazione tre macro-ambiti entro cui saranno divise le soluzioni trovate.

AMBITI	DESCRIZIONE
Prodotto	Cambiamenti del kit offerto da Generali tramite integrazioni o modifiche hardware e software dei dispositivi.
Servizio	Modifiche e introduzione di attività e servizi del kit che mirano ad aumentare l'utilità percepita del prodotto.
Processo	Modifiche alle attività di processo e le modalità di analisi dei dati a disposizione nella piattaforma.

**Tabella 10:** Ambiti di classificazione delle proposte di linee evolutive identificate.

Al fine di prioritizzare temporalmente le proposte, queste sono state inoltre suddivise in tre categorie in base all'urgenza di introduzione (*Tabella 11*), presentando una breve descrizione, l'ambito di riferimento e il capitolo in cui sono state introdotte.

- 1) *Risoluzione di problematiche esistenti*: attività da svolgere nel breve periodo, necessarie ad automatizzare il processo di analisi dei dati e abilitare quindi funzionalità e servizi aggiuntivi per il cliente.

#	PROPOSTA	DESCRIZIONE	AMBITO
1	<b>Risoluzione bug e problematiche della piattaforma IoT</b>	Risoluzione delle 5 problematiche e bug riscontrate all'interno della piattaforma IoT al fine di facilitare conseguenti analisi corrette e puntuali, e abilitare possibili automazioni.	PROCESSO (cap. 6.1)
2	<b>Introduzione di nuovi segnali in piattaforma per eventi specifici</b>	Introduzione dei 5 segnali specifici mancanti in piattaforma IoT al fine di rendere più facili ed efficaci le analisi dei dati estratti dai clienti, abilitando possibili automazioni.	PROCESSO (cap. 6.1)

- 2) *Azioni implementabili nel breve termine*: proposte che non necessitano di altre introduzioni o cambiamenti presentati per essere abilitate e possono quindi essere integrate nel breve termine.

#	PROPOSTA	DESCRIZIONE	AMBITO
3	<b>Servizio gratuito di invio tecnico per la prima installazione</b>	Servizio gratuito di invio tecnico specializzato per la prima installazione, per assicurarsi il giusto posizionamento dei sensori e formare il cliente sul corretto utilizzo.	SERVIZIO (cap. 4.1)

<sup>11</sup> SP è l'indicatore principale di redditività delle polizze assicurative e si calcola dividendo il totale della somma liquidata (e potenzialmente liquidabile) dei sinistri che colpiscono una certa garanzia, con il totale dei premi versati per quella determinata garanzia.

<sup>12</sup> Nella categoria "Garanzie Dirette" sono comprese le garanzie Furto, Incendio, Fenomeno Elettrico, Elementi Naturali e Assistenza.

4	<b>Riduzione della franchigia in caso di kit attivo nel sinistro</b>	Incentivo all'utilizzo continuo del kit, riducendo a 0 le franchigie sulla polizza in caso di sinistro, se si riscontra che nell'accaduto i dispositivi risultavano attivi e funzionanti.	SERVIZIO (cap.6.4)
5	<b>Introduzione di una Matrice di raccolta dati per le perizie IoT</b>	Utilizzo di uno strumento di raccolta dati strutturato come supporto alle perizie per sinistri IoT, in modo da abilitare successive analisi per questa tipologia di eventi.	PROCESSO (cap.7.2)
6	<b>Diversificazione dei kit disponibili nell'offerta</b>	Creazione di un'offerta di kit differenziata per fasce di prezzo, per numerosità di dispositivi e per la loro tipologia, seguendo le diverse esigenze dei clienti.	SERVIZIO (cap. 4.1)
7	<b>Creazione di corner in agenzia dedicati al kit IoT</b>	Creazione di un corner dimostrativo dedicato alla presentazione del kit e delle sue funzionalità all'interno delle agenzie selezionate, per invogliare il cliente all'acquisto.	SERVIZIO (cap. 4.1)
8	<b>Miglior sfruttamento dei canali di Engagement</b>	Maggior utilizzo dei canali di Engagement disponibili per l'azienda, da utilizzare come touchpoint per ingaggiare maggiormente il cliente, tramite attività informative mirate.	SERVIZIO (cap. 5.2)
9	<b>Introduzione di nuove funzionalità nell'offerta</b>	Introduzione di nuovi dispositivi e sensori all'interno del kit per incrementare il volume e la qualità dei dati raccolti del cliente e supportare nuove funzionalità.	SERVIZIO (cap. 4.2)

3) *Sviluppi futuri*: soluzioni che dipendono da altre proposte presentate, da abilitare dopo la corrispettiva introduzione, o che richiedono un cambiamento radicale dell'attuale offerta.

#	PROPOSTA	DESCRIZIONE	AMBITO
10	<b>Introduzione del Customer Scoring</b>	Creazione di sistema di punteggi per il cliente IoT per premiare i comportamenti virtuosi nell'utilizzo dei dispositivi e profilare gli utilizzatori sulla base di essi.	PRODOTTO (cap. 5.3)
11	<b>Servizio di liquidazione rapida dei Fenomeni Elettrici</b>	Possibilità di matchare le informazioni disponibili dalla denuncia con i dati rilevati dai sensori per confermare l'avvenimento e liquidare velocemente il sinistro.	PROCESSO (cap.7.4)
12	<b>Introduzione di un sistema di profilazione clienti</b>	Progettazione di un sistema di profilazione dei clienti IoT in base ai dati rilevati all'interno della piattaforma, in modo da abilitare strategie tailorizzate sull'utente.	PROCESSO (cap. 6.3)
13	<b>Rimborso sul rinnovo di polizza in base alla presenza in casa</b>	Servizio di rimborso al cliente di una parte del premio per il rinnovo di polizza in funzione del tempo passato in casa, per ripagare il livello di rischio sinistri minore.	SERVIZIO (cap. 4.1)
14	<b>Apertura a sistemi e device di terze parti</b>	Apertura del sistema a dispositivi di terze parti, in modo da offrire maggior possibilità di personalizzazione del kit e aumentare le funzionalità a disposizione per il cliente.	PRODOTTO (cap. 4.1)
15	<b>Introduzione di nuove attività di Engagement</b>	Sviluppo di attività di Engagement aggiuntive in funzione delle introduzioni tecnologiche integrate, cercando di ottimizzare le informazioni con i dati rilevabili.	SERVIZIO (cap. 5.2)

Tabelle 11: Riassunto e descrizione delle proposte identificate all'interno dell'elaborato, divise per colore in base all'urgenza (dal giallo al rosso).

## 9. CONCLUSIONI

Per concludere, sono state mappate all'interno di un grafico "Effort -Benefici" tutte le soluzioni, in modo da confrontarle tra loro (Figura 3). È possibile osservare come la maggior parte di queste si posizioni sulla diagonale, presentando dei benefici pressoché proporzionali al loro effort economico e implementativo, e alcune di esse si distaccano più delle altre verso l'area verde di convenienza, presentandosi come le soluzioni con priorità di introduzione più alta.



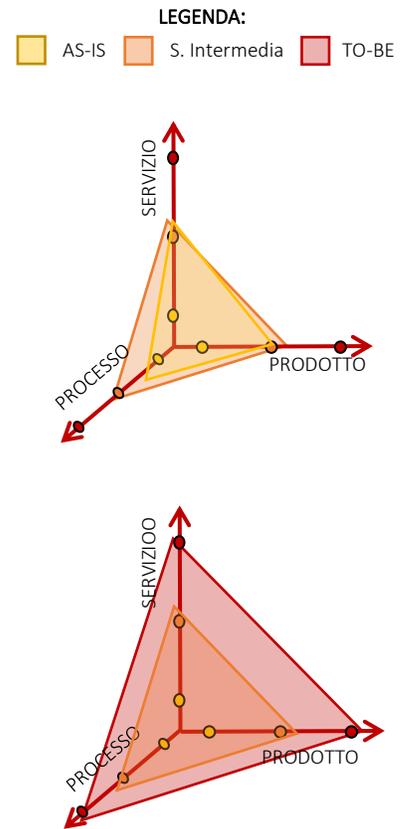
Figura 3: Grafico Effort-Benefici delle soluzioni identificate.



Figura 4: Roadmap ideale per la pianificazione delle soluzioni proposte, suddivisa in tre fasi principali.

Sulla base delle considerazioni ottenute è stato possibile strutturare una Roadmap ideale per la pianificazione delle soluzioni (Figura 4), suddividendo le introduzioni e i cambiamenti individuati all'interno di tre fasi principali che fanno riferimento ai tre macro-ambiti precedentemente riportati.

Infine, sulla base delle analisi effettuate, è stato analizzato il livello di sviluppo progressivo dell'offerta, dalla situazione di partenza a quella raggiungibile tramite l'implementazione delle soluzioni identificate (Figura 5): la *situazione AS-IS* presentava un prodotto nella media del mercato, dei servizi standard e un processo limitato, soprattutto nelle capacità di estrazione e analisi dei dati. Attraverso le analisi di monitoraggio e la risoluzione delle problematiche di sistema (*situazione intermedia*) è stato possibile portare il processo a un livello superiore, con un miglioramento cospicuo della qualità dei dati e delle informazioni raccolte. Sarà ora necessaria l'introduzione di alcune proposte individuate al fine di portare l'offerta alla *situazione TO-BE* desiderata, in cui il (1) il prodotto si dimostri innovativo e competitivo rispetto alle altre offerte; (2) il servizio si possa definire efficiente, in modo da ingaggiare ed essere in linea con i bisogni del cliente; e (3) il processo possa essere considerato proattivo, in modo da monitorare e profilare gli utenti e abilitare azioni mirate e puntuali. In questo modo, per Generali sarà possibile creare un ecosistema di servizi per il cliente che riesca a supportarlo nella vita di tutti i giorni e aiutarlo a prevenire i rischi in cui potrebbe incorrere, in linea con la sua strategia "Partner di Vita".



**Figura 5:** Livello di sviluppo dell'offerta, dalla situazione AS-IS, al livello intermedio raggiunto con i cambiamenti introdotti, fino alla situazione TO-BE desiderata.

## APPENDICE – La mia esperienza in ELIS Consulting&Labs

Il progetto trattato all'interno della tesi è frutto della mia partecipazione al programma di formazione Junior Consulting, promosso da ELIS Consulting&Labs. Questa esperienza, svolta completamente da remoto a causa della pandemia da Covid-19, mi ha permesso di crescere sia personalmente che professionalmente, lavorando a stretto contatto con i responsabili di un'azienda leader nel suo mercato. Lo studio, la formazione e il lavoro svolto in questi cinque mesi hanno permesso di riempire ulteriormente il mio bagaglio esperienziale di competenze tecniche e soft skills, specialmente in ambito consulenziale e manageriale, e sviluppare le mie abilità interpersonali sul lavoro. I ruoli nel team erano intercambiabili, così da mettere mano su ogni ambito progettuale, ma il contributo principale da me apportato è stato nella redazione delle slide settimanali di SAL con Generali, dove ho potuto far emergere e sviluppare le mie competenze grafiche e di sintesi al fine di rendere semplici, immediate ed efficaci le informazioni.

STREAM PROGETTUALE	COMPETENZE ACQUISITE	STRUMENTI UTILIZZATI
<i>Monitoraggio delle performance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestione, analisi e strutturazione di un Database</li> <li>- Creazione di tabelle pivot e dashboard dinamiche</li> <li>- Rappresentazione grafica efficace dei dati</li> </ul>	QLIK, Excel, Power Point
<i>Analisi di Benchmark</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricerca e organizzazione di informazioni online</li> <li>- Pianificazione e conduzione di Mystery Call</li> <li>- Indagine sui competitor e analisi di mercato</li> </ul>	Google, Excel, Power Point
<i>Identificazione attività di Engagement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conduzione attività di Data Enrichment</li> <li>- Conduzione di uno Scouting Funzionale</li> <li>- Creazione di un sistema dinamico di indicatori</li> </ul>	Google, GIMP, Power Point
<i>Profilazione clienti</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creazione di indicatori e analisi dei dati</li> <li>- Attività di Clusterizzazione dei dati estratti</li> <li>- Progettazione di sistemi di profilazione clienti</li> </ul>	Excel, Power Point
<i>Analisi sinistri IoT</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strutturazione di un form di raccolta dati</li> <li>- Analisi di redditività di prodotto</li> <li>- Analisi funzionale dei dati</li> </ul>	Excel, Power Point

Il progetto è stato realizzato in team con *Filippo Campoli* (Consulente senior responsabile del progetto) ed *Emanuele Gendusa* (collega dell'Università di Parma), sotto la supervisione di *Simone Candelmo* (Manager di ELIS e mio tutor aziendale). Ringrazio tutti loro per il supporto, l'esperienza che sono stati in



grado di trasferirmi e soprattutto il bel tempo passato insieme, grazie al forte legame che si era venuto a creare nel gruppo. Un ringraziamento speciale va anche ai responsabili di Generali-Jeniot: *Michele Serra*, *Ugo Leidi*, *Stefano Bonaccorso* e *Andrea Mondini*, che si sono sempre messi a disposizione per supportare tutte le attività di progetto.

Questo primo approccio al mondo del lavoro è stato per me molto formativo e stimolante, sotto molti punti di vista, e spero che queste due caratteristiche mi possano sempre accompagnare nel mio percorso lavorativo. Che questa possa essere la prima tra le tante sfide che dovrò affrontare una volta concluso il mio percorso di studi universitario.