



9 modi per accelerare la trasformazione digitale nelle compagnie assicurative con PayPal



Le nuove tecnologie hanno permesso alle aziende di evolvere e ottimizzare i processi interni, così come l'esperienza digitale degli acquirenti. Per tenere il passo con altri settori, l'industria assicurativa deve spostare l'attenzione sulle continue evoluzioni delle aspettative dei consumatori.

Sebbene i problemi di redditività e di regolamentazione continuino ad essere una sfida costante, le compagnie assicurative italiane stanno collaborando con Insurtech per cercare di ridurre i rischi, fidelizzare i clienti, aumentare la redditività e migliorare la soddisfazione dei clienti.

Una rinnovata attenzione alla tecnologia semplificherà, automatizzerà e renderà più efficiente il lavoro. Senza queste misure, sarà più difficile fidelizzare i clienti, mentre i concorrenti si muovono con più sicurezza sul mercato.

Con un pacchetto soluzioni PayPal, che garantisce alti tassi di conversione online, fiducia e fedeltà dei consumatori, oltre a efficienza back-end, operativa e di reporting, è possibile ottimizzare i processi di pagamento e rimanere competitivi.

Accelera la tua trasformazione digitale con PayPal.

Troppo a lungo i pagamenti sono stati considerati la fine del processo d'acquisto, l'ultimo aspetto da considerare nella trasformazione digitale. Tuttavia, la strategia di pagamento è un elemento di differenziazione fondamentale per ottenere un vantaggio competitivo in nuovi prodotti, servizi e processi aziendali.

La soluzione di commercio end-to-end di PayPal può aiutare gli assicuratori a fidelizzare i clienti, proteggendo al contempo acquirente e venditore in caso di frode. Inoltre, può semplificare il processo di conformità agli standard PCI DSS (Standard di sicurezza dei dati dell'industria delle carte di pagamento) e PSD2 (Direttiva sui Servizi di Pagamento) e può migliorare i tassi di conversione dei siti web e quelli di autorizzazione dei pagamenti.

PayPal per le grandi aziende può aiutare gli assicuratori ad accelerare la loro trasformazione digitale con soluzioni che consentono di cogliere più opportunità



**Una rinnovata
attenzione
alla tecnologia
semplificherà,
automatizzerà e
renderà più
efficiente il
lavoro.**

“

“PayPal è un ottimo partner per gli attori dell’InsurTech grazie soprattutto a due fattori: la sua piattaforma, che è completamente integrabile con il nostro sistema IT attraverso le API, e la sua interfaccia user-friendly, che fornisce report dettagliati e in tempo reale. Dopo una forte e impressionante crescita di 5 anni insieme in Italia, stiamo continuando a collaborare con PayPal per la nostra entusiasmante espansione in nuovi mercati internazionali.”

Mauro Piccinini
Direttore finanziario,
Prima Assicurazioni

Esperienza cliente migliorata


Grazie a uno dei più grandi pool di dati al mondo, PayPal può aiutare gli assicuratori a comprendere i comportamenti dei clienti, elemento chiave per cogliere maggiori opportunità. I nostri approfondimenti consentono di adattare meglio le attività di marketing e quelle promozionali per attrarre nuovi clienti, incoraggiare la fidelizzazione di quelli esistenti ed entrare in nuovi mercati e settori.

1. Crea esperienze di pagamento fluide

Quando decidono di stipulare un'assicurazione, i clienti utilizzano in media circa 2,4 dispositivi.^{1,2} Il cliente può abbandonare l'operazione per una miriade di motivi e tornare sul preventivo da dispositivi diversi in momenti diversi. Tuttavia, sfruttando PayPal, gli assicuratori e i broker possono offrire ai loro clienti la possibilità di riprendere da dove avevano interrotto il loro preventivo, rendendo l'acquisto di un contratto assicurativo un processo semplice e comodo.

Concentrandosi sulle esperienze digitali piuttosto che sulle strategie di canale, PayPal può aiutare a mantenere i punti di contatto digitali nelle esperienze dei clienti online. Le integrazioni più semplici con app e siti web offrono maggiori opportunità di miglioramento degli acquisti e il self-service, riducendo la necessità di team dedicati all'assistenza clienti.

Sia che si tratti di consentire esperienze di acquisto senza interruzioni, oppure di richiedere ed effettuare pagamenti in-app, PayPal semplifica le operazioni per i clienti fornendo esperienze senza contatto e senza attrito.



Offrire esperienze più
semplici con accesso a
soluzioni personalizzate
può aiutare ad attrarre
nuovi clienti.

2. Incrementa le conversioni e la fidelizzazione

Il sistema di pagamento di PayPal consente di creare, progettare e ottimizzare il pagamento, sfruttando i nostri oltre 20 anni di esperienza nella creazione di esperienze ad alta conversione.

I clienti hanno accesso a una quantità di informazioni sui prezzi e sulla concorrenza maggiore rispetto al passato. Ciò significa che penalizzare i clienti più fedeli con l'aumento dei prezzi di rinnovo, potrebbe presto costituire un fattore determinante per il calo di fidelizzazione dei clienti. Puntando maggiormente sull'esperienza cliente, sulla fiducia, sulla fedeltà e su prodotti personalizzati con piattaforme potenti come PayPal, il rinnovo delle polizze potrebbe diventare così conveniente per il cliente, rispetto alla ricerca altrove, che gli assicuratori potrebbero aumentare le loro possibilità di fidelizzare i clienti oltre il primo anno di copertura.

Puntare su un'ampia scelta di metodi di pagamento a disposizione dei consumatori, tra cui carte di credito e di debito, portafogli digitali e metodi di pagamento locali, è il modo più semplice per garantire che i clienti possano sempre pagare come vogliono.





3. Aumenta il valore del ciclo di vita del cliente

Le opzioni di abbonamento e di pagamento ricorrente, ove consentito, possono essere facilmente attivate per acquisire automaticamente le quote di iscrizione mensili o annuali. Inoltre, grazie alla possibilità di collegare più carte e conti bancari ai conti PayPal e alla nostra intelligenza brevettata, possiamo contribuire a ridurre il tuo tasso di declino, aiutandoti a mantenere relazioni più durature con i clienti.

Inoltre, è possibile incentivare i clienti e premiare la loro fedeltà con programmi su misura che stimolano gli acquisti ripetuti e contribuiscono ad aumentare il valore complessivo del ciclo di vita del cliente.

“

Le aziende che accettano PayPal hanno tassi di conversione più alti dell'82% al momento del pagamento e i clienti PayPal in Italia sono 17,2 volte più propensi ad acquistare quando PayPal è disponibile.^{2,3}

Operazioni avanzate

Gli assicuratori sono sottoposti a continue pressioni per ridurre i costi operativi e migliorare l'efficienza. PayPal può aiutare su entrambi i lati, gestendo l'intero ecosistema dei pagamenti, dai versamenti ai pagamenti, all'assistenza e al supporto.

Una volta integrata, la nostra infrastruttura di pagamento può aiutare la tua azienda con l'accesso automatico a nuove funzionalità e ottimizzazioni.

4. Ottimizza la gestione dei pagamenti e le riconciliazioni

Grazie a tutte le transazioni in un unico pannello di controllo ottimizzato, il tuo team può facilmente tracciare, gestire e regolare i pagamenti. Inoltre, il nostro solido sistema di reporting può aiutare a tenere sotto controllo le tendenze e a migliorare il processo decisionale.

I nostri sistemi di rischio brevettati garantiscono degli *authorization rates* significativamente superiori, il che implica un minor numero di declini. In combinazione con gli esperti PayPal che gestiscono i chargeback, questo si traduce in una riduzione dei costi di incasso e di chargeback, limitando al contempo il churn (tasso di abbandono) dei clienti.

5. Adotta il futuro

Le vecchie infrastrutture di pagamento rendono difficile per gli assicuratori trovare un equilibrio tra la riduzione della complessità dei pagamenti e il miglioramento dell'esperienza di pagamento dei clienti. La modernizzazione con la tecnologia cloud consente agli assicuratori la flessibilità di introdurre nuove funzionalità senza la necessità di nuove infrastrutture.

Le funzionalità estese di PayPal possono contribuire a colmare il divario tecnologico, migliorare l'esperienza di pagamento dei clienti e contribuire alle prestazioni finanziarie complessive. E con le operazioni personalizzate, hai accesso diretto alla tabella di marcia globale di PayPal, in modo da poter accelerare i miglioramenti che si allineano alle tue priorità.

“

“Gli assicuratori devono smaltire le linee di business non performanti, agevolando al contempo le operazioni per ottenere semplicità ed efficienza.”⁴

Prospettive assicurative globali EY, Italia



Pagamenti e risarcimenti facili

In genere, i processi di risarcimento assicurativi sono manuali e richiedono tanti documenti, ma con l'aiuto di PayPal è possibile semplificare rimborsi, emettere richieste di risarcimento, erogare commissioni e pagare le royalty.

6. Modernizza il processo di pagamento dei risarcimenti

Quando i clienti devono presentare una richiesta di risarcimento, la compagnia assicurativa è in grado di rimborsare sia i consumatori che le imprese. Le nostre soluzioni di pagamento integrate consentono di effettuare pagamenti diretti a un conto bancario locale a basso costo, a un conto PayPal e altro ancora, in oltre 28 valute.

Per abilitare le richieste di risarcimento self-service, puoi incorporare le funzionalità di rimborso nel tuo sito web o nella tua app e utilizzare API completamente automatizzate per pagare i clienti in tempo reale o a scaglioni.

Le piattaforme digitalizzate per l'erogazione dei risarcimenti accelerano il processo di pagamento e offrono agli attuali attori digitali una maggiore visibilità e trasparenza sull'erogazione dei pagamenti. Grazie a strumenti come il monitoraggio delle transazioni, la verifica dei destinatari e lo screening della conformità, PayPal può aiutare a gestire i pagamenti e a rispettare le norme di conformità in più mercati e aree geografiche.

Protezione rischi e antifrode

Con la continua evoluzione delle frodi, sono necessari diversi tipi di dati per costruire modelli di apprendimento automatico efficaci contro i diversi tipi di frodi. La soluzione di machine-learning integrata e adattabile di PayPal aiuta a proteggersi dalle minacce di frode in continua evoluzione.

7. Blocca le attività fraudolente

Sfrutta il nostro pool di dati, modelli e strumenti riservati per ottimizzare la prevenzione delle frodi. I nostri algoritmi di rischio predittivo ad apprendimento rapido elaborano trilioni di dati provenienti da tutta la nostra rete per identificare gli schemi di frode e contribuire a ridurre il rischio in tempo reale.

Allo stesso tempo, il routing dinamico, le ripetizioni e l'analisi granulare dei dati possono contribuire a garantire che un tasso sempre più elevato di transazioni legittime vengano approvate più spesso al primo tentativo.

Puoi provare e implementare nuove impostazioni di rischio in tempo reale per adattarti all'evoluzione dei modelli di frode senza causare attrito o aumentare il rischio di *false declines*. È possibile connettersi in modo semplice e sicuro con i partner terzi di servizi di sicurezza per ottimizzare il proprio profilo di rischio e sicurezza.

La nostra solida tecnologia consente di applicare con successo strategie di conformità e sicurezza per navigare nel complesso ambiente normativo delle assicurazioni. Potrebbe aiutare a limitare la complessità dei controlli.





Gli authorization rates sono diventati sempre più importanti

8. Mantieni l'equilibrio tra il rischio e la conversione

Quando si pensa a ciò che determina i profitti vengono sempre in mente le conversioni, e le assicurazioni non sono da meno. Molto probabilmente si pensa agli elementi front-end della propria attività, come il sito web, l'esperienza su cellulare, il carrello e le pagine prodotto. Spesso le grandi aziende si dimenticano del back-end, che ha un impatto enorme. *False declines* e tempi di approvazione lenti hanno spesso effetti negativi considerevoli, ma invisibili, sulla tua attività.

In effetti, i tassi di autorizzazione sono diventati sempre più importanti non solo per gli esercenti, ma anche per gli operatori lungo tutta la catena del valore dei pagamenti, compresi gli acquirenti, le reti di pagamento e persino gli emittenti di carte, che potrebbero beneficiare di tassi di autorizzazione più elevati e di una riduzione delle frodi. Anche i consumatori beneficiano dell'ottimizzazione dell'autorizzazione quando una transazione viene elaborata senza interruzioni.

Le soluzioni PayPal per le grandi aziende possono migliorare i tassi di autorizzazione e ridurre i declini sfruttando la sua infrastruttura mondiale, che comprende relazioni bancarie globali e integrazioni approfondite con un'ampia gamma di operatori del settore dei pagamenti, tra cui Visa, Mastercard, American Express e altre reti di carte internazionali.

Grazie alla
protezione
antifrode avanzata
di PayPal è stata
dimostrata una
riduzione del **40,8%**
dei chargeback⁵

Capacità di collaborazione

Le estese capacità di e-Commerce di PayPal creano nuove opportunità di partnership strategiche. Le nostre integrazioni possono contribuire a semplificare le esperienze di pagamento tecnicamente difficili, consentendoti di penetrare il mercato più rapidamente.

9. Estendi le collaborazioni strategiche

Dall'aggiunta di opt-in assicurativi facoltativi per eventi o siti turistici di terze parti, all'attivazione di partnership volte a premiare i clienti, PayPal può contribuire a semplificare l'esperienza di pagamento. La gestione delle transazioni viene effettuata con il trasferimento automatico dei fondi alla parte interessata per ogni transazione in tempo reale.

Le collaborazioni con altri marchi della stessa società madre sono facilmente ottimizzate grazie alla possibilità di condividere i dati di pagamento senza esporsi al rischio di frode.





Chi siamo

PayPal è in prima linea nella trasformazione digitale e dei pagamenti online da oltre 20 anni. Le nostre intuizioni e le nostre innovazioni hanno contribuito alla crescita dei nostri commercianti, mantenendo convenienza, scelta e fiducia al primo posto.

Per sfruttare tutto il potenziale di PayPal e scoprire come possiamo accelerare la tua trasformazione digitale, visita il sito

www.paypal.com/it/enterprise/campaigns/insurance

I contenuti di questo articolo sono forniti solo a scopo informativo. Le informazioni contenute in questo articolo non costituiscono una consulenza legale, finanziaria, commerciale o di investimento e non sostituiscono in alcun modo le consulenze professionali. Prima di prendere qualsiasi decisione a livello aziendale, dovresti sempre richiedere consulenza professionale e indipendente in materia di contabilità, finanza e requisiti legali.

1 Insurance Post, "Improving quote conversion, retention and profitability in the personal lines market", novembre 2021 <https://www.insurancehound.co.uk/index.php/business-management/strategy/improving-quote-conversion-retention-and-profitability-personal-lines-market-37996>

2 Studio Nielsen, commissionato da PayPal e condotto da Nielsen Behavioral Panel, su 57.161 transazioni desktop dei commercianti in Italia (IT) da ottobre 2019 a settembre 2020 per capire e misurare l'impatto che PayPal ha per 382 commercianti di grandi imprese Italiane in diversi mercati verticali.

3 Studio Nielsen, commissionato da PayPal e condotto da Nielsen Behavioral Panel Italia (IT) su 27.425 transazioni desktop di consumatori utenti PayPal, da ottobre 2019 a settembre 2020 per capire e misurare l'impatto che PayPal ha per 382 commercianti di grandi imprese di IT in diversi mercati verticali.

4 EY, 2020 Italy Insurance Outlook

5 Dati interni PayPal. Analisi dei dati relativi alle transazioni con carta di 107 esercenti (9 dei quali dispongono di una soluzione antifrode esistente), nella categoria dei chargeback elevati (esercenti con un tasso di chargeback superiore all'1%), da novembre 2019 a gennaio 2020. Queste statistiche sono intese a rappresentare i risultati potenziali che si possono ottenere utilizzando la protezione antifrode per grandi imprese di PayPal. I risultati possono non essere rappresentativi e i risultati dei singoli clienti possono variare.