

Una Compagnia
per la vita

N. 5 - Ottobre 2015

Rendez-Vous è la Newsletter di Afi Esca S.A.
Rappresentanza Generale per l'Italia
Direttore Responsabile: Pierfrancesco Basilio
Registrata presso il Tribunale di Milano al
n. 209 in data 06/06/2014 - Afi Esca S.A. -
Largo Richini, 6 - 20122 Milano
www.afi-esca.it/informazioni@afi-esca.com

Rendez-Vous con

Afi • Esca 
Groupe Burrus

EDITORIALE

Rendez – Vous si presenta a questo nuovo appuntamento con molte novità.

Un numero speciale, che arriva in concomitanza con la Convention di Afi Esca del 29 ottobre, giornata che dedichiamo ai nostri partner, un momento di incontro e di formazione sui principali temi di riferimento del nostro settore; proprio a questo evento daremo ampio spazio all'interno della rubrica Attualità.

Novità in vista anche in materia di Front End, che sarà presentato in anteprima alla Convention e di cui vi diremo in Focus On. Infine, chiuderemo Rendez Vous con una finestra sui prossimi sviluppi di mercato: sono maturi i tempi per guardare alle banche come un'opportunità per il nostro business?

Leggete A Tu per Tu e lo scoprirete.

Insomma come detto in apertura pensiamo che questo sia il numero maggiormente ricco di novità dalla nascita di questa newsletter.

A voi la decisione e buona lettura a tutti.

Pierfrancesco Basilio

Direttore Italia Afi Esca
p.basilico@afi-esca.com



IN QUESTO NUMERO

ATTUALITÀ: Pag. 02
Finalmente la nostra convention

FOCUS ON: Pag. 03
E in anteprima il front end

A TU PER TU Pag. 04

ATTUALITÀ

FINALMENTE LA NOSTRA CONVENTION

Sono passati alcuni anni dal nostro arrivo in Italia e per la prima volta abbiamo deciso di dedicare un'intera giornata ai nostri partner, con importanti momenti di formazione, confronto e scambio per poter essere sempre di più al loro fianco.

Daremo spazio alla formazione certificata ed in particolar modo al tema della normativa sull'antiriciclaggio, spesso sottovalutata ma che riteniamo sia un tassello importante della formazione di tutti quegli intermediari che si occupano di prodotti Vita, anche alla luce delle recenti novità in questo campo.

Faremo quindi il punto con i nostri intermediari sui prodotti vita. Grazie a un nostro partner specializzato nella vendita di prodotti individuali Vita, avremo una sessione speci-

fica su questi prodotti. La sensibilità verso questi prodotti va costruita con attenzione, personalizzando la relazione con il cliente. Come realizzare una proiezione di necessità finanziarie partendo dall'analisi dei bisogni del cliente? Come costruire intorno all'individuo un grado di informazione adeguata sulla necessità di assicurarsi? Una corretta analisi dei bisogni per creare consapevolezza sulle opportunità e sul grado di tutela di cui necessita il cliente. Questi i temi principali affrontati nel corso della Convention, che pensiamo possa essere valido strumento per i nostri intermediari.

Insomma, la nostra Convention, come punto di partenza per affrontare le sfide che il mercato impone, alla luce della nostra esperienza in Italia.



FOCUS ON

E IN ANTEPRIMA IL FRONT END

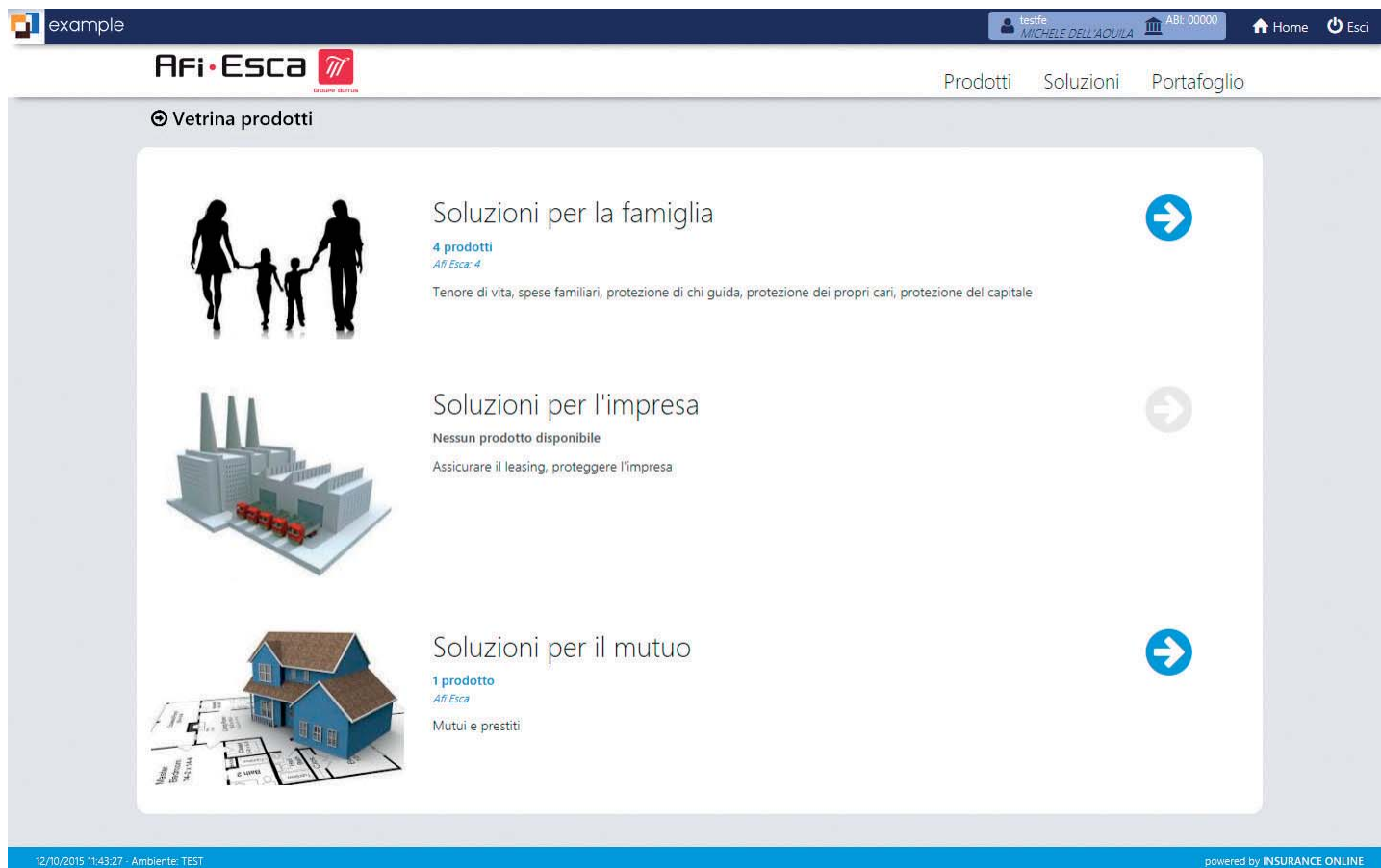
Tante novità come si è detto. Ecco quindi che, in anteprima diamo un'anticipazione del nuovo Front End di Afi Esca, che nasce dall'ascolto delle esigenze e dei suggerimenti dei nostri intermediari.

Un elemento strategico, un'esigenza reale e sentita da parte dei nostri intermediari, che pensiamo possa agevolare il rapporto tra Afi Esca e i propri intermediari e tra questi ultimi e i loro collaboratori.

Abbiamo sviluppato un nuovo Front End, per garantire, in un'ottica integrata di condivisione degli obiettivi, piena operatività e totale controllo sulla produzione, per svolg-

re al meglio le proprie attività strategiche, attraverso una grande agilità di utilizzo e un perfetto controllo sulla propria produzione. Un Front End che non trascurava tuttavia gli aspetti più propriamente operativi, che rivestono un ruolo di primaria importanza, come ad esempio la possibilità di caricare documenti, di avere sotto controllo tutte le scadenze, di creare preventivi e verificare attentamente l'andamento dei flussi finanziari.

Insomma, il nuovo Front End, come strumento su cui l'azienda investe per dare voce nel miglior modo possibile alle proprie risorse.



The screenshot displays the Afi·Esca website interface. At the top, there is a navigation bar with the company logo, user information (testfe MICHELE DELL'AQUILA, ABI: 00000), and links for Home and Esci. Below the navigation bar, the main content area is titled "Vetrina prodotti" (Product Showcase). It features three product categories, each with an icon, a title, a list of products, and a description:

- Soluzioni per la famiglia**: 4 prodotti (Afi Esca 4). Tenore di vita, spese familiari, protezione di chi guida, protezione dei propri cari, protezione del capitale.
- Soluzioni per l'impresa**: Nessun prodotto disponibile. Assicurare il leasing, proteggere l'impresa.
- Soluzioni per il mutuo**: 1 prodotto (Afi Esca). Mutui e prestiti.

At the bottom of the page, there is a footer with the date and time (12/10/2015 11:43:27 - Ambiente: TEST) and the text "powered by INSURANCE ONLINE".

A TU PER TU

BANCHE, PERCHÈ NO

Questa volta A Tu per Tu gioca in casa e a breve capirete perché. Afi Esca apre alle banche? Sono maturi i tempi per approcciare questo canale distributivo? Ne parliamo con Pierfrancesco Basilico, Direttore Italia Afi Esca.



Afi Esca ha deciso di compiere un passo nella direzione dei grandi accordi di distribuzione?

È una strada che Afi Esca ha già intrapreso da qualche tempo, in quanto sia in Francia che in Belgio vi è un'offerta specifica rivolta a quelli che sono definiti i Grandi Accordi. Diciamo che anche per Afi Esca Italia questa tipologia di accordi diventano di attualità.

Con quali prodotti approcciate questo mercato?

La filosofia che sta dietro a questo mercato ed a questi accordi è sempre quella che ci ha contraddistinto sino a ora, cioè quella che prevede lo studio di prodotti realizzati ad hoc per i nostri interlocutori (Banche e grandi Intermediari), senza dimenticare però i nostri prodotti classici che possono comunque essere destinati a un pubblico più esigente ed alto di gamma, come per esempio, la clientela Private o con esigenze di rischio fuori standard.

Questa apertura verso gli istituti di credito significa una rottura rispetto al passato oppure questa scelta si integra con quanto fatto finora?

Nessuna rottura, prova ne sia che alla Convention di Compagnia, dedicata ai nostri Intermediari ed organizzata per il 29 ottobre, hanno aderito oltre 150 di loro. Vi è casomai, come sempre, una attenta lettura dei segnali che arrivano dal mercato e una pronta risposta da parte della Compagnia. Quella prontezza che ci ha sempre contraddistinto e che i nostri Intermediari ci hanno sempre riconosciuto ed apprezzato. Intendiamo perseguire anche lo sviluppo di questa parte di mercato, ma sempre privilegiando un rapporto intermediato da broker e agenti, che rimangono il nostro punto di riferimento.