

Insurance Management: Comunicazione e Distribuzione

Periodo del corso	Dal 18 marzo al 26 marzo 2026
Durata	9 Ore
Erogazione	In aula
Edizione	III Edizione
Livello	Avanzato
Termine iscrizioni	04/03/2026

Data ultimo aggiornamento: 07/01/2026

Il corso si situa all'interno del percorso formativo del **CAS Insurance Manager** e completa il Modulo M3, fornendo una formazione dettagliata sulla gestione assicurativa esterna di una compagnia assicurativa, ossia sulla **gestione della comunicazione** e della **distribuzione assicurativa**.

Esso contribuisce fattivamente ad identificare le modalità comunicative per la miglior gestione del marketing assicurativo, approfondendo le varie modalità comunicative e gli strumenti di marketing tradizionali ed innovativi, in un contesto dinamico di trasformazione e di evoluzione del quadro normativo europeo sulla distribuzione.

I requisiti della direttiva sulla distribuzione delle assicurazioni (IDD) sulla supervisione e la governance del prodotto (POG), mirano a garantire che gli interessi dei clienti assumano un'importanza primaria durante la progettazione del prodotto e per tutto il suo ciclo di vita, compresi gli accordi per la sua distribuzione. Lo scopo non è solo conformità regolamentare, ossia la maggior tutela dei consumatori al momento della sottoscrizione del contratto e la creazione di condizioni di parità ("level playing-field") tra produttori e distributori di prodotti assicurativi, ma soprattutto, **elevano la conoscenza del cliente** alla base della **rivoluzione nella distribuzione assicurativa**.

Per questo e altri motivi, il corso può considerarsi un valido supporto didattico per coloro che si avvicinavano alle tematiche della gestione assicurativa nell'ambito dei corsi universitari di formazione continua e, al contempo, per chi, al di fuori dell'ambito accademico, è coinvolto a diverso titolo nel mondo delle compagnie di assicurazione.

L'articolazione dei temi trattati riflette la scelta di privilegiare una struttura modulare, articolata in 2 parti:

1. La prima parte, muovendo da concetti introduttivi, approfondisce aspetti inerenti la gestione della comunicazione di una compagnia d'assicurazione, alle modalità di comunicazione, al marketing incentrato sul cliente, ai nuovi strumenti di marketing innovativi secondo il "marketing automation".
2. La seconda parte mira a dare adeguata contezza della gestione della distribuzione di una compagnia di assicurazione, partendo dai trend globali che privilegiano sempre più una riduzione dei costi, ma una sempre

più approfondita conoscenza del cliente e del suo ciclo di vita rispettando la conformità regolamentare imposta dalla direttiva sulla distribuzione delle assicurazioni (IDD) sulla supervisione e la “governance” del prodotto (POG).

Obiettivi del corso

Al termine del corso il partecipante:

- ha appreso e riconosce come i processi comunicativi di una compagnia assicurativa permettano di dare una risposta coordinata e integrata al cliente;
- ha ottenuto una visione completa della gestione del marketing di una compagnia assicurativa passando da un modello “client centric” a un modello orientato al prodotto secondo il ciclo di vita del cliente;
- ha appreso come la nuova normativa sulla supervisione e la governance dei prodotti assicurativi, si basi sulla conoscenza del cliente;
- conosce come i nuovi processi di vendita dei prodotti assicurativi sia alla base di un’offerta integrata e ininterrotta.

Le ragioni per iscriverti

- La soddisfazione del cliente deve essere la tua priorità;
- Abbiamo pensato ad un corso che ti insegni le principali regole della comunicazione e del marketing;
- Potrai così rendere il cliente partecipe del tuo operato e condividere con lui il "ciclo di vita" del prodotto finanziario e assicurativo.

Il corso si rivolge a

Assicurazione & Previdenza

Management

Tematiche trattate

Assicurazioni, (Self) management e Leadership

Costi

CHF 1080 CHF 918 ([Early Booking](#) valido fino al 03/02/2026)

Periodo

18/03/2026 dalle 13.30 alle 17.00

26/04/2026 dalle 13.30 alle 17.00 e dalle 17.30 alle 18.30

Programma

Blocco 1. Gestione della comunicazione (4 ore)

- Principi basilari della comunicazione con i clienti
- I processi comunicativi
- Le modalità comunicative
- Strategie di comunicazione digitale nell'intermediazione assicurativa

Blocco 2. Gestione della distribuzione (4 ore)

- I trend globali del mercato distributivo
- IDD e Product Oversight Governance
- Vendita dei prodotti assicurativi oggi e domani
- Costi di acquisizione nel marketing: elementi costituenti e impatto sulla vendita

Testimonianza

Le sfide della comunicazione e distribuzione nelle Assicurazioni Malattia e analogie con gli altri rami assicurativi.

Per maggiori dettagli sui contenuti specifici del Modulo 4, si invita a scaricare l'intero Programma del [CAS Insurance Manager](#).

Interventi

DOCENTI:

Pasquale Renna: Head of Sales & Customer Care, Zurich Insurance Company Ltd

TESTIMONI:

Sandro Mannino: Membro del Comitato esecutivo e Responsabile Clienti e mercato presso Helsana AG

Contatto

Ivana Benedetti

ibenedetti@csvn.ch

091 961 65 54

© Fondazione Centro Studi Villa Negroni, tutti i diritti riservati