

Le principali aziende italiane del settore finanza, assicurazioni e utilities scelgono l'outsourcing per fare fronte alla pressione competitiva e all'impatto delle tecnologie digitali

I clienti che scelgono un canale di contatto esclusivamente digital sono il 36,4% nel settore finanziario e il 31,8% in quello delle utilities.

Milano, 13 dicembre 2022 – Sono soprattutto la crescente frammentazione della domanda del cliente finale, che si attende un approccio multicanale e una risposta “su misura”, la moltiplicazione dei segmenti di offerta sui quali si confronta la capacità competitiva delle aziende e la velocità di adattamento alle oscillazioni della domanda le motivazioni che spingono le grandi imprese italiane nei settori bancario, assicurativo e delle utilities, a ricorrere all'outsourcing.

È quanto emerge dall'indagine qualitativa sulle aziende e sugli utenti contenuta nel [Rapporto «La seconda transizione dell'outsourcing»](#) realizzato dal [Censis](#) in collaborazione con il [Gruppo De Pasquale](#), a vent'anni di distanza dalla prima indagine sul settore.

Dai risultati delle interviste condotte sull'attuale ricorso all'outsourcing e le motivazioni alla base delle decisioni di esternalizzazione emerge chiaramente un cambiamento di paradigma che spiega **il valore attuale del comparto, pari a 19 miliardi di euro.**

La selezione di attività a bassa complessità lavorativa, standardizzabili e ripetitive ha guidato la **prima fase dell'outsourcing**, assecondando un percorso di razionalizzazione generale dei processi e perseguendo con queste scelte l'obiettivo prioritario di innalzare il livello di redditività delle aziende.

Nell'ottica dell'**evoluzione dell'outsourcing**, un comune denominatore fra i settori analizzati nel Rapporto «La seconda transizione dell'outsourcing» è dato dal ruolo crescente della digitalizzazione all'interno delle aziende. Oltre a rappresentare una priorità strategica per gli obiettivi trasversali di crescita ed evoluzione del business, contatto con il mercato, semplificazione dei processi interni, la digitalizzazione abilitata da tecnologie e nuovi modelli di gestione spinge verso soluzioni di outsourcing in grado di offrire progressiva specializzazione e riduzione della complessità.

Il fenomeno della “servitization”, e cioè l'integrazione del prodotto di base venduto tradizionalmente con altri servizi aggiuntivi che portano a differenziare il prodotto di base, negli ultimi anni ha caratterizzato in maniera estesa l'evoluzione delle strategie di vendita delle aziende, portando all'adozione di un approccio diverso nei confronti del cliente il quale, nel frattempo, ha acquisito una buona padronanza nell'utilizzo dei tanti canali di accesso ai servizi e nell'uso di device e applicazioni sempre più sofisticati.

Dai risultati dell'indagine condotta sui comportamenti degli utenti che si sono rivolti ad un servizio clienti contenuta nel report “La seconda transizione dell'outsourcing”, emerge che la capacità di gestire le richieste del cliente in tempo reale e in modo personalizzato, sui diversi canali di contatto, sia fisici sia digitali, rappresenta oggi un imprescindibile elemento qualificante nella relazione con la clientela e un potenziale fattore di vantaggio competitivo.

Sono oltre il **36,4% i clienti che scelgono un canale di contatto esclusivamente digital nelle comunicazioni con la propria Banca**, il 32,7% nel caso di comunicazioni con le Società Telefoniche, il 31,8% nei contatti con le società di Utilities, 31,0% per i rapporti con la Pubblica Amministrazione e 25,6% nel caso di compagnie di assicurazioni.

All'approccio digitale e personalizzato sul quale si confronta la capacità competitiva delle aziende, si aggiunge, specie per alcune di quelle intervistate nel Report, la necessità di gestire la richiesta di maggiore velocità nell'adattamento alle oscillazioni della domanda.

Alcune aziende del settore utilities, ad esempio, si sono trovate recentemente a dover gestire oscillazioni della domanda che si ricollegano ad eventi esterni: il conflitto russo-ucraino e gli effetti dell'inflazione hanno fatto schizzare i prezzi dell'energia negli ultimi mesi, generando un incremento notevole di richieste da parte degli utenti per la rateizzazione delle bollette.

In ambito assicurativo, invece, durante i periodi di lockdown a causa della pandemia di Covid-19 si è assistito ad una riduzione delle richieste di risarcimento nel campo delle RC Auto, date le restrizioni alla mobilità.

In entrambi i casi le aziende hanno potuto contare su strutture esterne molto più agili nel modulare l'impiego di risorse umane, senza che ciò abbia inciso sui costi e sull'organizzazione del servizio.

Anche al netto di eventi esogeni se non estremi come la pandemia o la crisi energetica, la flessibilità nella gestione della domanda richiede un punto di equilibrio che muta continuamente e che, ad esempio, l'organizzazione di un contact center con personale interno alle aziende non riesce a garantire.

«Siamo nel pieno di una seconda rivoluzione dell'outsourcing dove si diffonde un rapporto più "maturo" fra aziende e outsourcer e un innalzamento del livello di responsabilità condivisa», ha commentato Denise De Pasquale, Presidente del Gruppo De Pasquale. È cambiata l'azienda di servizi, è cambiato il partner in outsourcing, è cambiato il cliente finale. Merito dell'innovazione tecnologica che ha imposto un "upgrading" a tutti i soggetti presenti nella triangolazione del servizio».

A questo link è possibile scaricare l'executive summary: <https://www.gruppodepasquale.com/la-seconda-transizione-dell-outsourcing/>

Gruppo De Pasquale

Il Gruppo De Pasquale è una realtà imprenditoriale al 100% italiana attiva da oltre 40 anni nel mercato dei servizi finalizzati a migliorare i processi e l'agilità delle imprese. Grazie all'esperienza maturata nella ricerca e gestione delle persone, così come nell'acquisizione di processi di business anche complessi, rappresenta un operatore di riferimento nei servizi di outsourcing in Italia. Il Gruppo si compone di quattro società che operano in diversi ambiti di business: le aziende Winflow, Sint e PLF si occupano di servizi di Outsourcing, mentre Sanmarco Consulting offre consulenza di processo e tecnologie. La mission del Gruppo è quella di migliorare la competitività dei clienti – aziende di fascia media ed enterprise - valorizzando competenze, ottimizzando processi e supportando percorsi di innovazione. Ciascuna realtà di cui il Gruppo De Pasquale si compone contribuisce in maniera diversa, e con i propri strumenti, al raggiungimento di tale mission: Winflow e Sint gestiscono per conto del cliente, con proprie persone e dai propri centri operativi, interi processi o parti di essi, integrando questa offerta con supporto consulenziale a valore aggiunto. PLF gestisce, con proprie persone presso le sedi del cliente, attività di warehousing e fine linea. Mentre, Sanmarco Consulting offre supporto tecnologico interno, definendo e implementando percorsi innovativi sia dentro il Gruppo, sia nelle attività progettuali rivolte ai clienti. Per ulteriori dettagli: <https://www.gruppodepasquale.com/>

Contatti Stampa Gruppo De Pasquale

SEIGRADI - Barbara La Malfa / Stefano Turi

E-mail: barbara.lamalfa@seigradi.com / stefano.turi@seigradi.com

Mariafilomena Genovese, Business Strategy & Communication Manager

E-mail: mariafilomena.genovese@gruppodepasquale.com

Contatto Stampa CENSIS

Ufficio Stampa Tel: 06 86091249

Mob: 340 3900713

censis@censis.it

www.censis.it