

INDICE

CAPITOLO 1 – I RISCHI ASSICURABILI

- 1.1) I rischi economici: rischi puri e rischi d'impresa
- 1.2) Il risk management
- 1.3) I rischi assicurabili delle persone fisiche, famiglie, professionisti
- 1.4) I rischi assicurabili delle piccole e medie aziende
- 1.5) Tabella riepilogativa dei rischi e delle principali assicurazioni disponibili

CAPITOLO 2 – LE ASSICURAZIONI OBBLIGATORIE

- 2.1) L'assicurazione in caso di premorienza, invalidità o inabilità
- 2.2) Il servizio pubblico di assistenza sanitaria
- 2.3) Il sistema pensionistico pubblico
- 2.4) Quadro generale delle principali casse di previdenza obbligatoria per i professionisti
- 2.5) Altre forme di assicurazione obbligatoria

CAPITOLO 3 – LE ASSICURAZIONI PRIVATE

- 3.1) Il contratto assicurativo: principali riferimenti legislativi e aspetti contrattuali
- 3.2) Assicurazioni di persone
- 3.3) Assicurazioni per danni a cose
- 3.4) Assicurazioni di Responsabilità civile per danni a terzi
- 3.5) Assicurazione della tutela legale
- 3.6) Assicurazione del credito o rischio insolvenza
- 3.7) Regolazione premio e obbligo di comunicazione dei dati consuntivi
- 3.8) Cenni sulle caratteristiche specifiche dei principali contratti assicurativi

CAPITOLO 4 – ANALISI DEI RISCHI ASSICURABILI – IMPRESE, PROFESSIONISTI, FAMIGLIE

- 4.1) L'analisi dei rischi assicurabili: opportunità e limiti
- 4.2) Le schede di analisi dei rischi assicurabili
- 4.3) Elaborazione della proposta assicurativa

CAPITOLO 5 – MARKETING I PARTE

LA TRATTATIVA E LA GESTIONE COMMERCIALE DEL PORTAFOGLIO

- 5.1) Il Marketing nell'intermediazione assicurativa
- 5.2) La comunicazione: breve cenno
- 5.3) Il processo di acquisto del cliente
- 5.4) Prima visita o fase di rilevamento dati e analisi dei rischi assicurabili
- 5.5) Seconda visita o fase di proposta soluzione
- 5.6) La gestione e sviluppo del portafoglio
- 5.7) Appunti per la gestione dei sinistri e dell'eventuale reclamo

CAPITOLO 6 – MARKETING II PARTE - RICERCA DEI CLIENTI POTENZIALI

- 6.1) Individuare nominativi di potenziali clienti
- 6.2) Organizzare e classificare l'archivio nominativi dei potenziali clienti
- 6.3) Fissare l'appuntamento

CAPITOLO 7 – MARKETING III PARTE - PIANIFICAZIONE DELL'ATTIVITÀ

- 7.1) Definizione dei propri obiettivi
- 7.2) Il piano di azione commerciale
- 7.3) L'organizzazione del tempo
- 7.4) Monitoraggio dei risultati e valutazione della produttività

APPENDICE

Tabella finanziarie
Scheda di supporto al colloquio con un candidato intermediario assicurativo
Principali riferimenti legislativi