

UNA COLLABORAZIONE FATTIVA SU BASE TECNOLOGICA

di MARIA MORO

ANDREA BALESTRINO HA ILLUSTRATO AL CONVEGNO DI INSURANCE CONNECT IL MODELLO DI BUSINESS DI PRIMA ASSICURAZIONI. FLESSIBILITÀ, VELOCITÀ E CONFRONTO CON GLI INTERMEDIARI SONO LE PAROLE CHIAVE DELL'AGENZIA ASSICURATIVA, CHE CONTA DI RAGGIUNGERE DUE MILIONI DI CLIENTI ENTRO IL 2021

“È chiaro a tutti che l'evoluzione del mercato passa per il canale agenziale e per la tecnologia”, ha esordito **Andrea Balestrino**, direttore commerciale di **Prima Assicurazioni**, intervenendo al convegno organizzato da **Insurance Connect La forza degli intermediari**, dove ha illustrato la crescita dell'agenzia assicurativa e i progetti futuri. Nata nel 2015, Prima si è sviluppata rapidamente, raggiungendo alla fine del 2020 il milione clienti, con l'obiettivo di arrivare a due milioni entro quest'anno. “Sei anni fa ci siamo accorti che c'era una discrepanza tra cosa il cliente cercava e quanto il mercato offriva. In seguito, ci siamo resi conto che il vantaggio competitivo insito nell'approccio tecnologico al mercato era apprezzato anche dagli intermediari, che hanno colto il cambio di paradigma rispetto ai modelli distribuibili tradizionali”. Questa consapevolezza ha portato Prima ad avviare da inizio 2020 un rapporto diretto con gli intermediari, costituendo una rete in crescita che attualmente supera le 500 collaborazioni e che nel 2021 ha sottoscritto il 30% dei nuovi rischi, con un volume di crescita triplicato rispetto al 2020.



Andrea Balestrino, direttore commerciale di Prima Assicurazioni

Il cuore del modello di Prima è la piattaforma tecnologica su cui si appoggia tutto il processo di sottoscrizione, una scelta che permette di operare senza limiti di orario e in velocità: “Abbiamo chiesto agli intermediari di cosa avessero bisogno e dalle loro esigenze abbiamo sviluppato in casa la piattaforma, una scelta che ci garantisce flessibilità e velocità operativa”.

LA TECNOLOGIA DÀ RISULTATI MIGLIORI NEL CANALE FISICO

Secondo Balestrino, la tecnologia oggi è più dirompente sul canale fisico di quanto possa essere sul canale online, perché è nella funzione di supporto alla relazione umana che le potenzialità di innovazione e di creazione di valore sono maggiori. In questo senso, “tecnologia e dati sono una combinazione esplosiva, che Prima utilizza in tutto ciò che sviluppa, dalla sottoscrizione, al *pricing*, fino all'emissione della polizza, con l'obiettivo di facilitare l'operatività”.

Balestrino considera come un punto di forza di Prima la volontà di accogliere le istanze che provengono dagli intermediari e dai clienti, traducendole in opportunità di prodotto o in implementazioni tecnologiche che arricchiscono la piattaforma. È frutto di questo dialogo l'implementazione di funzionalità tecnologiche legate al processo di vendita al cliente, così come il prodotto *Casa&Famiglia* lanciato a inizio anno, attività per le quali “gli intermediari ci forniscono tuttora spunti interessanti. Hanno chiesto di avere prodotti semplici e comprensibili, a prezzi misurati, per eliminare le barriere all'ingresso e creare un prodotto interessante da offrire a chi ha già sottoscritto con noi la polizza Rc auto”.

Seguendo questo approccio, Prima anticipa per il prossimo futuro l'evoluzione del prodotto motor, con nuove regole di sottoscrizione e l'apertura alle coperture Cvt, un ampliamento del prodotto casa e famiglia ai multirischi e nuove funzionalità della piattaforma. 