

TECNOLOGIA NON È SINONIMO DI ONLINE

di BENIAMINO MUSTO

ANDREA BALESTRINO, DIRETTORE COMMERCIALE E BUSINESS DEVELOPMENT DI PRIMA ASSICURAZIONI, HA PARLATO DI COME IL MODELLO DELLA SOCIETÀ SI ADATTA ALLA DISTRIBUZIONE DEL CANALE AGENZIALE TRADIZIONALE

La pandemia ha spinto le persone ad approcciare modelli e comportamenti lontani dalla fisicità, facendo emergere con chiarezza cosa si intende per modello ibrido. Un approccio che è stato scelto anche da **Prima Assicurazioni**, player nato totalmente digitale nel 2015 e che da due anni si avvale di una consistente rete di intermediari fisici. **Andrea Balestrino**, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni ha spiegato in che modo il modello distributivo ibrido della società si adatta alla distribuzione agenziale tradizionale.

IL MOTORE CHE FA MUOVERE LE COSE

Per farlo, Balestrino ha sottolineato le caratteristiche dell'azienda, in cui circa il 50% degli occupati lavora nello sviluppo di software e nell'analisi dei dati. "Prima Assicurazioni – ha spiegato – nasce con l'obiettivo di rivoluzionare il mondo assicurativo con dati e tecnologia. Questo significa occuparsi di assicurazione tradizionale in modo diverso, sfruttando le tecnologie più avanzate. Tutto il nostro processo è permeato dalla tecnologia e dall'impiego di dati, spaziando dall'underwriting alla user experience, dall'antifrode ai sinistri, il tutto con l'obiettivo di fare in modo che i costi siano contenuti e la velocità sia massima". In questo senso, ha evidenziato, "tecnologia non è un sinonimo di online. Tecnologico è solo il motore che fa muovere le cose. Il canale distributivo è un elemento slegato da questo. Essere tecnologici significa fornire attraverso algoritmi avanzati quanto di meglio possa servire al canale distributivo prescelto".

SEMPLIFICARE L'OPERATIVITÀ DELL'AGENZIA

Attualmente sono più di 500 gli intermediari tradizio-



Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni

nali che collaborano con Prima, e che nel 2021 hanno prodotto più del 30% delle polizze emesse nell'anno. "Un risultato eccezionale – lo ha definito Balestrino – perché il nostro canale intermediari è partito nel 2020, ed è raddoppiato in termini numerici tra il 2020 e il 2021". Tecnologia, dati e innovazione "sono un qualcosa a sé stante rispetto al canale distributivo. La nostra piattaforma unica sul mercato per i nostri intermediari, permette ai nostri partner di agire in totale autonomia, anche nel post vendita, fornendo esattamente la stessa operatività che avrebbe una compagnia tradizionale, ma in modo molto più veloce e snello e soprattutto con minori costi operativi per l'intermediario. Questo – ha osservato – è molto importante perché il ruolo della tecnologia non è solo quello di avere degli algoritmi di prezzo molto efficaci, ma anche quello di semplificare e snellire tutta l'operatività di agenzia".