

IL DIGITALE FA CRESCERE IN FRETTA

PRIMA ASSICURAZIONI È SUL MERCATO DAL 2015 MA HA GIÀ RAGGIUNTO MOLTI TRAGUARDI. IL PRIMO È STATO TRASFORMARSI DA PLAYER ONLINE A OPERATORE MULTICANALE CHE PUNTA ALLA PARTNERSHIP COSTRUTTIVA CON AGENTI E BROKER, PER I QUALI È DISPONIBILE UN'OFFERTA DIFFERENZIATA

Dalla nascita, avvenuta nel 2015, l'obiettivo di **Prima Assicurazioni** è stato di portare innovazione nel settore assicurativo, con un modello iniziale di vendita diretta evoluto, dal 2019, verso la collaborazione con gli intermediari che ha trasformato l'azienda in un player assicurativo multicanale su base tecnologica.

“Gli intermediari sono parte integrante e pilastro del nostro progetto. Siamo entrati cinque anni fa in un mercato competitivo perseguendo da subito la centralità dell'innovazione. Lo stesso progetto avviato con gli intermediari può contare su una piattaforma dedicata per la sottoscrizione e la gestione delle polizze in pochi passaggi e con prezzi competitivi”, ha spiegato nel suo intervento all'Innovation Summit **Andrea Balestrino**, direttore commerciale e *business development* di Prima Assicurazioni.

Prima.it, che il 22 giugno ha celebrato online la sua prima convention, è in una fase di crescita molto forte: conta oggi oltre un milione di clienti, aumentati solo lo scorso anno del 110%; inoltre la rete di intermediari è in costante crescita ed è già composta da centinaia di partner, tanto che a fine 2020 agenti e broker erano stati protagonisti di oltre il 25% dei nuovi rischi sottoscritti.

UNA STRATEGIA BASATA SU TECNOLOGIA, PRODOTTO E PERSONE

Una strategia innovativa rispetto al sistema distributivo italiano, che Balestrino spiega essere appoggiata su tre elementi che differenziano Prima Assicurazioni rispetto ai competitor e che riguardano la tecnologia, il prodotto e le persone.

La tecnologia permea tutti i processi: il cuore è costituito da una piattaforma sviluppata *in house* secondo le esigenze specifiche della rete e pensata per semplificare l'attività operativa quotidiana, così da liberare più tempo per il contatto con la clientela. “Prima punta a una *user experience* eccellente, sofisticazione degli algoritmi di pricing e automazione dei processi operativi, ed è grazie alla tecnologia che riesce a offrire



Andrea Balestrino, direttore commerciale e *business development* di Prima Assicurazioni

agli intermediari una tariffa personalizzata”, spiega Balestrino. La piattaforma prevede la preventivazione in 30 secondi, l'emissione diretta della polizza senza caricamento documentale, la gestione autonoma del portafoglio e del post vendita e il monitoraggio della produzione e delle commissioni della rete.

Il secondo punto di forza è il prodotto, differenziato secondo i canali distributivi. Ad esempio, *Prima Black* è dedicato agli intermediari e presenta caratteristiche di copertura diverse dall'online, flessibilità tariffaria e alta remunerazione: “Con Prima Black vogliamo proteggere portafoglio degli intermediari, garantendo loro la paternità del cliente, un'innovazione assoluta nella distribuzione sul mercato italiano”.

Il terzo punto citato da Balestrino riguarda le persone, che hanno un ruolo centrale sia nelle soluzioni tecnologiche sia nel supporto agli intermediari, ognuno dei quali può contare su due figure di riferimento diretto per l'attività quotidiana, una sul territorio e una in sede.

Quest'anno Prima ha lanciato sul sito un nuovo prodotto *Casa e famiglia*, presto disponibile anche nella versione per gli intermediari prima come cross-selling sull'offerta auto e poi come prodotto *stand alone*, modulare e personalizzabile. **M.M.**