

# QUANDO L'OPPORTUNITÀ NASCE DALL'EMERGENZA

LA GESTIONE INNOVATIVA DI UN SINISTRO RAPPRESENTA UN MOMENTO DI SUCCESSO PER AGENTI E BROKER. UN BANCO DI PROVA CHE, SECONDO STEFANO SALA, AMMINISTRATORE DELEGATO DEL GRUPPO PER, PARTE DA UNA CORRETTA VALUTAZIONE DEI RISCHI

La disintermediazione può essere uno stimolo alla crescita. Perché impone ad agenti e broker di evolvere verso una consulenza a tutto tondo, nelle tre fasi cruciali: prima del sinistro, in previsione dell'evento e durante l'emergenza. Secondo una ricerca di Medio-banca, infatti, le medie aziende, per individuare i rischi, ricorrono a consulenti non assicurativi, aprendo una grande opportunità per gli intermediari. "A patto, però – spiega **Stefano Sala**, amministratore delegato del gruppo *per* – che, prima di focalizzarsi sulle polizze, individuino gli effettivi pericoli, per capire se la polizza è davvero utile”.

## PRIMO: ANALIZZARE

Servono, quindi, metodologie di analisi innovative, come un portale di analisi *smart* che evidenzia, in tempo reale, criticità e prime azioni correttive, o il *Disaster recovery plan (Dpr)*, il documento dettagliato che prevede i passi da compiere, in caso di emergenza, per consentire la continuità aziendale. “Tra la sottoscrizione della polizza e il sinistro – conferma Sala – c'è un vuoto: l'analisi di disaster recovery”. È proprio qui, secondo Sala, risiede lo spazio per intermediare. Uno spazio in cui agenti e broker, in sinergia con chi conosce bene il sinistro, possono aiutare l'azienda, “prima



**Stefano Sala**, amministratore delegato del gruppo *per*

## OPPORTUNITÀ DALL'INNOVAZIONE

**S**tefano Sala, ha riportato alcuni esempi concreti di innovazione. Il primo, è la app di *per*, dedicata agli intermediari, che consente di attivare l'intervento in tempo reale, ricercando il consulente più vicino. Il secondo arriva dall'estero, dove gli intermediari che si rivolgono a specifici settori, raccolgono le richieste di grandi cluster di clienti realizzando gruppi d'acquisto al fine di ottenere sconti significativi.

ancora che ad avere il giusto risarcimento, soprattutto ad affrontare l'emergenza per evitare un blocco della produzione, spesso causa di perdita di quote di mercato”.

## DA BROKER A PROJECT MANAGER

Anche nel momento del sinistro, da cui spesso dipende la customer retention, l'innovazione può giocare un ruolo chiave. In questo caso, può rivelarsi prezioso il coordinamento di tutti gli attori in gioco, da parte dell'intermediario, il quale diventa il *project manager* che riporta tutto a unità, per la soddisfazione del cliente. “Qui – avverte l'ad di *per* – a fare la differenza è la scelta territoriale: l'intermediario deve essere vicino geograficamente per essere tempestivo nelle risposte”.

## UN SUCCESSO PER TUTTI

Tra gli attori chiave, il risanatore, il cui intervento andrebbe contrattualizzato in polizza per ridurre i tempi e i costi del sinistro. “Questo consente alla compagnia un risparmio sul costo dell'evento; al perito, la possibilità di collaborare con un partner specializzato; all'impresa, di ripartire in tempi rapidi; e all'intermediario – conclude Sala – di gestire l'evento con successo aumentando la customer retention”. **L.S.**