

Raddoppiare la rete

di M. P.



Carta d'identità

Nome: Alessandro Forza
Ruolo: direttore commerciale
Società: Pramerica Life
Sito web: www.pramericalife.it

Si apre alla crescita per linee esterne **Pramerica Life.** **Alessandro Forza,** direttore commerciale della società racconta quali sono gli obiettivi del gruppo caratterizzato da una rete di *life planner*.

La sua nomina in Pramerica Life è abbastanza recente, con quale obiettivo è giunto in questa società?

Sono entrato in Pramerica Life nel novembre del 2009 come direttore commerciale con due obiettivi molto importanti: lo sviluppo della rete diretta dei *life planner*, che rappresenta il nostro *core business*, e lo sviluppo di accordi distributivi con canali terzi. L'obiettivo della nostra rete diretta è quello di incrementare il numero effettivo di *life planner* e distribuirli capillarmente sul territorio. Ad oggi la struttura può contare su 180 unità considerando anche i manager ed entro il 2013 la nostra ambizione è quella di raggiungere i 300 venditori.

In che cosa si differenziano i *life-planner* rispetto ai consulenti assicurativi?

I nostri *life planner* non sono solo dei consulenti assicurativi, ma dei professionisti ad alto valore consulenziale che accompagnano il cliente durante la sua vita, soddisfacendo le esigenze di tutela e di protezione. Abbiamo sempre, e continuiamo a farlo, prestato molta cura nella gestione del cliente in quanto siamo una società *customer oriented*. Testimonianza di questo anche lo studio alla base dei prodotti che vengono immessi sul mercato. Pretendiamo dai nostri consulenti degli standard qualitativi molto alti.

Passare dalle attuali 180 unità a quota 300 entro il 2013. Parola di Forza (Pramerica Life).

Quindi non sarà facile trovare nuove reclute...

Il target al quale ci rivolgiamo è quello dei 35-40enni, persone di successo, con una mentalità imprenditoriale. Da qualche mese abbiamo aperto, con moderazione, anche al reclutamento di professionisti del ramo vita con precedenti esperienze nel mercato assicurativo. Contemporaneamente abbiamo realizzato un programma di formazione e avvicinamento alla professione che si chiama SAAP.

In che cosa consiste?

E' rivolto a candidati che possono avvicinarsi al percorso di *life planner* in maniera graduale. Il programma infatti prevede un coinvolgimento a tempo parziale e temporalmente predefinito, ossia di 12 mesi. Durante questo periodo il candidato può testare la nostra realtà e l'attività di *life-planner* senza dover lasciare la propria attività lavorativa e da parte nostra possiamo verificare l'attitudine del candidato a un lavoro particolare come quello

del *life planner*. Il programma dura 12 mesi ed è suddiviso in tre fasi. A questo si aggiunge un percorso di formazione costante con *training* in aula e *on the job*.

Non crede però che l'inserimento di professionisti provenienti da altre realtà e che non siano cresciuti nella vostra struttura possa "snaturare" in qualche modo il progetto?

La crescita soltanto per linee interne presenta dei limiti molto forti. Io non credo però che questo possa averarsi in quanto il nostro voler aprirci a professionisti con un'esperienza differente non vuol dire che il nostro progetto si modifichi. Saranno comunque inserite persone che condividono i nostri valori. Il modello di Pramerica impone una formazione costante nel tempo. Oggi noi siamo operativi in tre diversi mercati: *retail*, *affinity* (accordi di convenzione con associazioni di imprese) e *business* (soluzioni assicurative per imprese e per l'imprenditore), però riteniamo che ci sia spazio per la nostra realtà per crescere.

Quali strategie mettere in atto quindi per essere competitivi?

Di recente ci siamo aperti ad una strategia multicanale siglando una *partnership* con l'Agenzia di Assicurazioni AEC, che opera su tutto il territorio nazionale da 20 anni attraverso più di 700 intermediari tra brokers ed operatori iscritti alla lettera E del RUI. Stiamo valutando possibili *partnership* con il canale bancassurance; contestualmente stiamo considerando la possibilità di sottoscrivere un accordo di distribuzione con una SIM di consulenza. **A**