



23/02/2017
NOTA DE PRENSA

GENERALI presenta su estrategia a sus agentes en las convenciones anuales

- La segmentación del cliente, la digitalización y una nueva oferta de productos de Ahorro e Inversión concentran las principales líneas de acción de la compañía en 2017.

Madrid. Este mes de febrero se cerraban en Sevilla las Convenciones anuales de GENERALI, que han reunido a más de 1.200 agentes exclusivos, para darles a conocer la estrategia y los planes de acción de la compañía para el 2017.

Ogilvy Public Relations
Marian Ortiz / Lucía Mateo
T 654 51 27 16 / 91.451.21.35 /
91.451.21.32
E-mail: marian.ortiz@ogilvy.com /
lucia.mateo@ogilvy.com

Relaciones con la prensa
media@generali.com
T +39.040.671577
T +39.3316546328
T +39.3483506005

www.generali.com

Además de la capital andaluza, Burgos y Valencia han sido las ciudades escogidas este año para presentar las bases de actuación de GENERALI en un ejercicio fuertemente marcado por la apuesta digital y la búsqueda de la excelencia en el servicio al cliente. Una realidad en la que el agente juega un papel clave como asesor profesional y en la que contará con las herramientas de gestión y comunicación más avanzadas del mercado. Además, la compañía ha presentado su innovadora oferta de productos, más flexibles y adaptados a las necesidades de cada cliente, entre los que destacan especialmente nuevos seguros de Ahorro e Inversión.

Tal y como ha destacado **Santiago Villa, Consejero Delegado** de GENERALI España *“2016 ha sido otro gran año. Un ejercicio en el que, a pesar de la volatilidad de los mercados financieros, hemos avanzado notablemente en dos sentidos: la rentabilidad técnica de nuestra compañía y la excelencia en el servicio. Esto no lo habríamos conseguido si no contásemos con los agentes más profesionales del mercado. En este sentido, en 2017 seguiremos dotando a nuestra red comercial de innovadoras herramientas para gestionar sus negocios de forma más eficiente e incrementar el valor de su asesoramiento profesional”*.

Para ello, GENERALI ha completado una solución digital que integra al agente y al cliente. En ella convergen herramientas que dotan de mayor grado de autonomía a los clientes como la nueva **página web** www.generali.es, más moderna y centrada en las necesidades del cliente; las **webs de agentes**, que les permitirá desarrollar *sites* propios con tecnología puntera para alcanzar el mejor posicionamiento en los motores de búsqueda; o el área personal **e-Cliente**.

Además, GENERALI renovará este año su gama de **productos** de Vida. El cambio más significativo llega con la incorporación de una nueva oferta en el capítulo de Ahorro e Inversión, con productos mejor adaptados a los clientes. Tal y como ha señalado **Juan Luis Cавero, Director General Comercial** de la compañía, *“teniendo en cuenta las necesidades del cliente y los bajos tipos de interés del mercado, GENERALI debe ofrecer soluciones para canalizar sus ahorros. Para ello, esta nueva gama de productos de Vida ofrecerá a los clientes unas rentabilidades más atractivas a cambio de asumir un riesgo moderado”*. Por ello, la compañía ya ha comenzado a desarrollar un intenso plan de formación avanzado para su red comercial, que cubre aspectos como las últimas novedades que rigen el entorno fiscal y normativo de este tipo de productos.

GRUPO GENERALI

El Grupo GENERALI es una de las mayores aseguradoras globales, con un ingreso total de primas en 2015 de más de 74.000 millones de euros. Con más de 76.000 empleados en todo el mundo y presencia en más de 60 países, el Grupo ocupa una posición de liderazgo en los mercados de Europa Occidental y un lugar de creciente importancia en los mercados de Europa Central y del Este, así como en Asia. En 2015, GENERALI fue la única compañía aseguradora incluida la lista de las 50 empresas más inteligentes del mundo, según MIT Technology Review.