



Speedarει η Generali με νέα καινοτόμα προϊόντα στον κλάδο υγείας και στον κλάδο αυτοκινήτου πάντα με αιχμή του δόρατος τους διαμεσολαβούντες. Η Generali συνέχισε και το 2013 στον δρόμο της ανάπτυξης, κερδίζοντας μερίδια αγοράς μέσα σε χρονιές κρίσης, πιστοποιώντας έτσι την πολύ καλή δουλειά που κάνει στην ασφαλιστική μας αγορά.

Ήδη ξεπέρασε το 3,9% και συνεχίζει για πιο ψηλά.

Η ανοδική πορεία της ξεκίνησε κάπου εκεί στο 2002-2003 και συνεχίζεται με αμείωτο ρυθμό σε όλη αυτή την δεκαετία με μία πρωτοφανή σταθερότητα για ασφαλιστική εταιρεία όταν μάλιστα τα τελευταία τρία χρόνια η κρίση πλήττει ανελέητα την ελληνική ασφαλιστική αγορά.

Και όλη αυτή η ανάπτυξη πραγματοποιείται αποκλειστικά μέσω του «ανθρώπινου δικτύου πωλήσεων» καθώς η Generali επιμένει να απέχει από τα λεγόμενα εναλλακτικά δίκτυα πωλήσεων, όπως είναι το internet, το bancassurance, κ.λ.π.

Ο Πάνος Δημητρίου, διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας έχει καταφέρει να δημιουργήσει σε διοικητικό επίπεδο, ένα ομοιογενές σύνολο, με νέους ανθρώπους, με καθαρές θέσεις και απόψεις που επιδοκιμάζονται και από τους συνεργάτες της τόσο του δικτύου agency όσο και του ανεξάρτητου δικτύου πωλήσεων. Η νέα ηγετική ομάδα της Generali με τους Πάνο Δημητρίου, Τάκη Βασιλόπουλο, Chief Technical Manager, Ηλία Ρήγα, Υποδιευθυντή Οικονομικής Διεύθυνσης, Μιχάλη Σωτηράκο διευθυντή πωλήσεων, ξεκαθάρισε ότι επιζητεί την ανάπτυξη της, στηριζόμενη σχεδόν αποκλειστικά στους διαμεσολαβούντες.

Πρώτη η Generali διατύπωσε ευθέως την άποψη ότι ο πελάτης ανήκει στον διαμεσολαβούντα. Πρώτη η Generali υποστήριξε ότι πελάτης δικός της, είναι ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής.

Πρώτη λοιπόν η Generali βρέθηκε τόσο ολοκληρωμένα δίπλα στον διαμεσολαβητή όταν

άλλες εταιρείες ανακάλυπταν νέα κανάλια διανομής και αυτό οι ασφαλιστές φαίνεται να το πιστώνουν στην εταιρεία αφού όλο και περισσότεροι εξ αυτών στέκονται δίπλα της.

Αν η στήριξη στους διαμεσολαβητές είναι η μία αρχή ανάπτυξης της Generali οι άλλες είναι η αύξηση της ασφαλιστικής πίττας, η πλήρης εξυγίανση της αγοράς και η προσφορά υψηλής ποιότητας προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

Για την ηγετική ομάδα της Generali όπως πάρα πολλές φορές έχει επισημάνει ο κ. Δημητρίου η ανάπτυξη του ενός θα έρθει μέσα από μία υγιή ανάπτυξη της αγοράς συνολικά μέσα από την μεγέθυνση της ασφαλιστικής πίττας. Να τρώει ο ένας τις σάρκες του άλλου δεν οδηγεί πουθενά. Όπως επίσης δεν μπορεί να αναπτυχθεί η ασφαλιστική αγορά εάν παράλληλα δεν εξυγιανθεί.

Και αυτό θα γίνει με την συνδρομή μιας δραστήριας και αποτελεσματικής εποπτικής αρχής αλλά και την παροχή υψηλού επιπέδου προϊόντων και υπηρεσιών. Για το τελευταίο η Generali κοπιάζει καθημερινά.

Υ.Γ. Όποιος τυχερός παρακολούθησε μια πρόσφατη εκδήλωση της Generali για τους ασφαλιστές συνταξιδιώτες της στο ενδιαφέρον ταξίδι της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς, δεν μπορεί παρά να συνειδητοποιήσει ότι όλα τα παραπάνω δεν είναι «έπεα πτερόεντα» σύμφωνα με την ομηρική φράση αλλά περιγραφή μιας πραγματικότητας που βιώνει ο συνεργάτης της Generali, για τον οποίο η διοίκηση της εταιρείας έθεσε ένα ακόμη μεγαλεπήβολο όνειρο για το 2014.

Να πιάσει του στόχους του, για να βρεθεί στην κυριολεξία στην κορυφή και πιο συγκεκριμένα σε μία από τις κορυφές των Άνδεων στο Μάτσου Πίτσου στο Περού.

Αναδημοσίευση από το περιοδικό "Ασφαλιστικό ΝΑΙ", τεύχος 146, Νοέμβριος - Δεκέμβριος 2013.

Πηγή: nextdeal.gr

{fblike}