

## Los agentes exclusivos de AXA respaldan la estrategia comercial de la compañía

**Fin de la presión en los precios, especialmente en Auto, apuesta por la venta de productos de alto valor añadido y potencial de crecimiento e incremento de la actividad de ventas: pilares clave para superar con éxito la actual crisis económica.**

El Club Diálogo de AXA, órgano que representa a los 3.500 agentes exclusivos de la aseguradora, ha mostrado su total apoyo a la estrategia comercial puesta en marcha por AXA para afrontar con éxito la actual situación de crisis. “Estamos convencidos de que las medidas y recomendaciones propuestas por la compañía son las acertadas a corto, medio y largo plazo”, asegura Antonio Moragues, presidente del Club Diálogo, que destaca asimismo la importancia de “estar más unidos que nunca, compañía y agentes, en un momento crítico”, además de la necesidad de “estar muy próximos a nuestros clientes, convirtiendo las agencias en verdaderos puntos de asesoramiento y venta”.

La estrategia comercial de AXA avalada por sus agentes exclusivos se centra en una serie de medidas y recomendaciones, entre las que destacan:

- **El final de la presión en el precio:** La compañía entiende que se ha acabado el margen técnico que justifica una reducción de las primas, especialmente en Auto. En ese sentido, y con el objetivo de salvaguardar los márgenes de solvencia y la calidad del servicio a sus clientes, AXA viene liderando desde hace varios meses una política que permite ofrecer productos de alta calidad con un precio competitivo, pero sin entrar en guerras de precios carentes de sentido.
- **La apuesta por la venta de productos de alto valor y con potencial de crecimiento:** AXA considera que en momentos como los actuales es importante que el agente apueste por la venta de productos con elevado valor para el cliente y con claro margen de crecimiento, como son los seguros de salud, accidentes, vida, pensiones, PPA, etc.
- **Fuerte crecimiento de la actividad comercial, mediante la potenciación de la venta cruzada:** está demostrado que los clientes con más de una póliza son más fieles con un agente que los que sólo tienen una póliza. En este sentido, los agentes exclusivos de AXA disponen de una de las más amplias gamas de productos, con los que dar respuesta a las necesidades aseguradoras de sus clientes.

El Club Dialogo es consciente de que este paquete de medidas y recomendaciones pueden no ser populares, de ahí que “valoramos muy positivamente la valentía de AXA para encabezar una respuesta a la guerra de precios, que no se sustenta en ningún criterio técnico, y que pone en peligro no sólo la rentabilidad de la compañía de seguros sino que afecta negativamente a la razón de ser, al valor diferencial que aportan los agentes en la relación con el cliente”, apunta Moragues.

Juan Manuel Castro, director de Distribución y Ventas de AXA España, ha manifestado su satisfacción por la madurez profesional demostrada por los agentes exclusivos de la aseguradora. “El apoyo demostrado por nuestros agentes exclusivos refuerza nuestra visión del negocio y de la difícil coyuntura en la que nos encontramos. Nos aporta mucha confianza y refuerza la idea de transformar las agencias en verdaderos centros de actividad comercial y eficientes puntos de venta”, ha afirmado Castro.

Contacto: Iñaki Lerga 91 5388225/ 629204691

Nota disponible en:

[http://www.axa.es/sala\\_de\\_prensa/index\\_salaprensa.htm](http://www.axa.es/sala_de_prensa/index_salaprensa.htm)

El Grupo AXA es el segundo grupo asegurador de No Vida en España, con un volumen de negocio total de 3.597 millones de euros en 2008, AXA cuenta con más de 4 millones de clientes y más de 6,6 millones de pólizas. La compañía dispone de más de 10.000 puntos de asesoramiento y venta a través de los cuales transmite su visión de la Protección Financiera.