

AXA México conoce *in situ* la estructura comercial de AXA España

Los equipos de distribución y ventas de ambas entidades compartieron dos días de trabajo en Madrid en los que conocieron la realidad comercial de la aseguradora en España, dentro del proceso de implementación de una estructura similar en el país norteamericano.

Desde el aterrizaje de AXA en México a raíz de la compra del negocio asegurador de ING en 2007, España y México trabajan de la mano para implantar un modelo organizativo de Distribución y Ventas similar al de AXA España en el país norteamericano. Por ello, el comité de Distribución y Ventas de la aseguradora en México, encabezados por su máximo responsable, Antonio Fernández, se desplazó recientemente a España con el objetivo de conocer en primera persona la estrategia y metodología comerciales de AXA España, así como el calado y disposición de su red y estructura territorial.

Durante dos días, los comités de distribución y ventas de ambas entidades desarrollaron una serie de encuentros en los que los visitantes presenciaron el día a día en la Dirección Territorial Centro, pudiendo analizar en profundidad el modelo territorial de AXA España, así como las áreas que integran una dirección territorial – comercial, oferta, servicio al cliente y staff - y los respectivos clubes creados para determinadas unidades de negocio: Salud, Empresas, Vida...

La multicanalidad como principio

La delegación mexicana manifestó un gran interés por conocer al detalle la oferta de valor de AXA España para sus diferentes canales de distribución, de ahí que se organizaran distintos encuentros con varios agentes de la compañía y tres de los principales corredores que trabajan con AXA en la zona. A su vez, los responsables de bancaseguros de ambas entidades pudieron compartir inquietudes y comentar la línea estratégica de AXA para este canal.

Parada obligatoria en la visita fue la plataforma tecnológica de la que disponen las redes de distribución de AXA España. El comité mexicano tuvo la posibilidad de navegar por la web de mediadores (Web Med) y comprobar las ventajas para la gestión comercial que ha supuesto el desarrollo este año del Gestor de Actividad: una herramienta que permite al distribuidor la optimización en el uso de la metodología comercial de AXA.

Juan Manuel Castro, director de distribución y ventas de AXA España, lideró la comitiva junto a su homólogo mexicano, y señaló lo positivo de un encuentro de estas características a la hora de afianzar y homogenizar la estrategia y procesos de éxito en el ámbito de la Región Mediterránea y América Latina para el Grupo AXA; “la implantación de nuestro modelo de organización de distribución en México es la prueba fehaciente de que AXA cree en una forma muy concreta de gestionar su negocio, basándose en un organigrama, un modelo comercial, unos soportes tecnológicos, unos sistemas de seguimiento y control de negocio y una animación comercial que marcan la diferencia en el sector asegurador de manera global, sin olvidar, por supuesto, las peculiaridades locales de cada mercado”.

Asimismo, y coincidiendo con la visita del comité de distribución de AXA México, los agentes y promotores más productivos de la aseguradora en el país norteamericano el pasado ejercicio, disfrutaron en España de su viaje de incentivos.

Contacto: Evaristo Ramos 91 538 87 36

Nota disponible en:

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.

reinventando / los seguros

