

AXA refuerza aún más su apuesta por los corredores

- La compañía define una nueva línea de trabajo especial para compartir los esfuerzos de los corredores en el entorno actual
- Su objetivo es claro: liderar durante los próximos años este segmento de la mediación

AXA está activando un plan específico que ha de ofrecer a los corredores un respiro en el entorno actual, en el que la dificultad económica y los cambios en el comportamiento de los consumidores están obligando a este sector a ser parte de una profunda transformación.

En este sentido, la compañía, de la mano del director del Canal Corredores, Rafael Raya, y de los equipos territoriales, durante las últimas semanas ha llevado a cabo diversas reuniones a lo largo del territorio con sus corredores más próximos –especialmente con los denominados Partner-, en las que ha dejado constancia de la importancia de que estos mediadores concentren sus esfuerzos y su especialización en los ramos con mayor potencial de futuro: Empresas, Salud y Vida.

“Los corredores Partner –ha señalado Raya- son profesionales de reconocido prestigio que aportan valor añadido y conocimiento en ámbitos más especializados, por lo que en AXA consideramos fundamental su dedicación a estos ramos que ofrecen mayor perspectiva de crecimiento y, especialmente, superior rentabilidad para la correduría”.

AXA ha presentado en estas jornadas los planes de apoyo a la red de corredores que la aseguradora está llevando a cabo para conseguir esta especialización en los ramos estratégicos. En concreto, esos corredores Partner tendrán soportes diferenciados, la gran mayoría basados en la fuerte inversión de la aseguradora en tecnología y conectividad plasmada dentro de su proyecto AXA@2020.

Un claro ejemplo son las herramientas de gestión (mejor accesibilidad, comunicación, velocidad de respuesta, etc.), herramientas de atención en el servicio (un departamento especial de tramitación de siniestros, atención preferente, protección jurídica...), herramientas técnico comerciales, herramientas de formación y marketing específico para cada ramo o herramientas de expansión y soporte con las cuales la correduría podrá obtener mayor desarrollo de negocio y expansión profesional, entre otras muchas ventajas al servicio de estos corredores.

Para Raya, “todos estos cambios responden a nuevos comportamientos en el consumidor, menos fiel, más informado y tecnológico. En este nuevo entorno, los corredores deben buscar la clave para ser percibidos como una opción necesaria para los clientes”.

El director del canal Corredores de AXA ha querido poner de manifiesto la apuesta permanente de la compañía por la mediación: “Una de nuestras metas es sin duda ayudar a este sector a mejorar su eficiencia y su competitividad, apoyándolo en la mejora de volúmenes y en el aumento del valor añadido. Somos una compañía mediada, una de nuestras bases para alcanzar nuestras metas comunes es apoyar el crecimiento de los corredores que confían en nosotros”, ha declarado Raya.

AXA es uno de los grandes grupos aseguradores de España, con un volumen de negocio total de más 2.600 millones en 2013, AXA cuenta con 3 millones de clientes y 5,4 millones de pólizas. La compañía dispone de más de 7.000 puntos de asesoramiento y venta en ramos de Vida, Salud, Ahorro, Inversión, Empresas, Hogar, Auto y RC entre otros.

Síguenos en:



Relaciones con los Medios:

Gema Rabaneda: 91 538 8603

Juan Jiménez: 91 538 8736

Marta Galán: 91 538 5730