

Desafíos para la recuperación: Innovar para conseguir mejores resultados

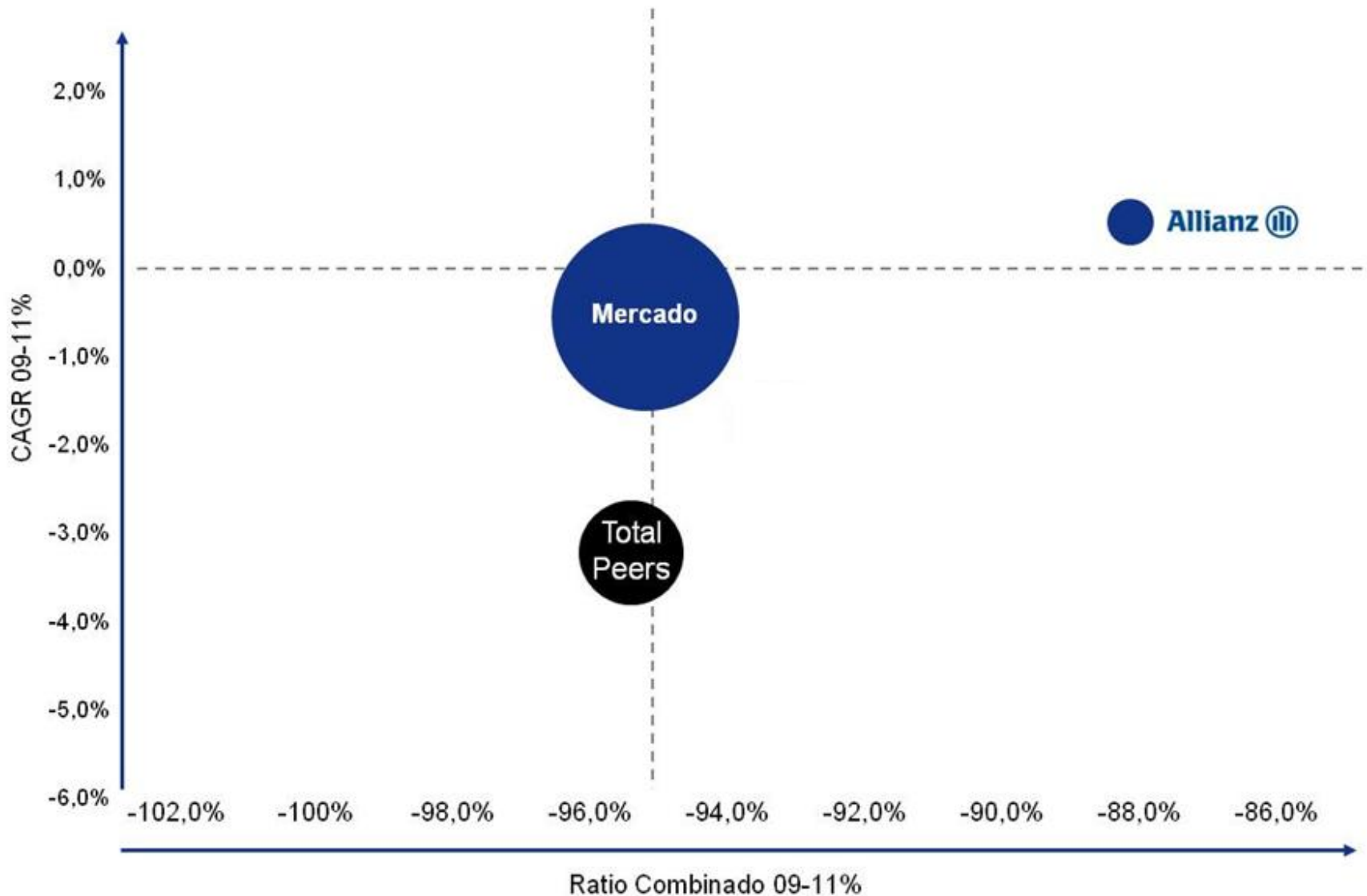
Alfonso Román
Director División Desarrollo
Comercial

Allianz Seguros...

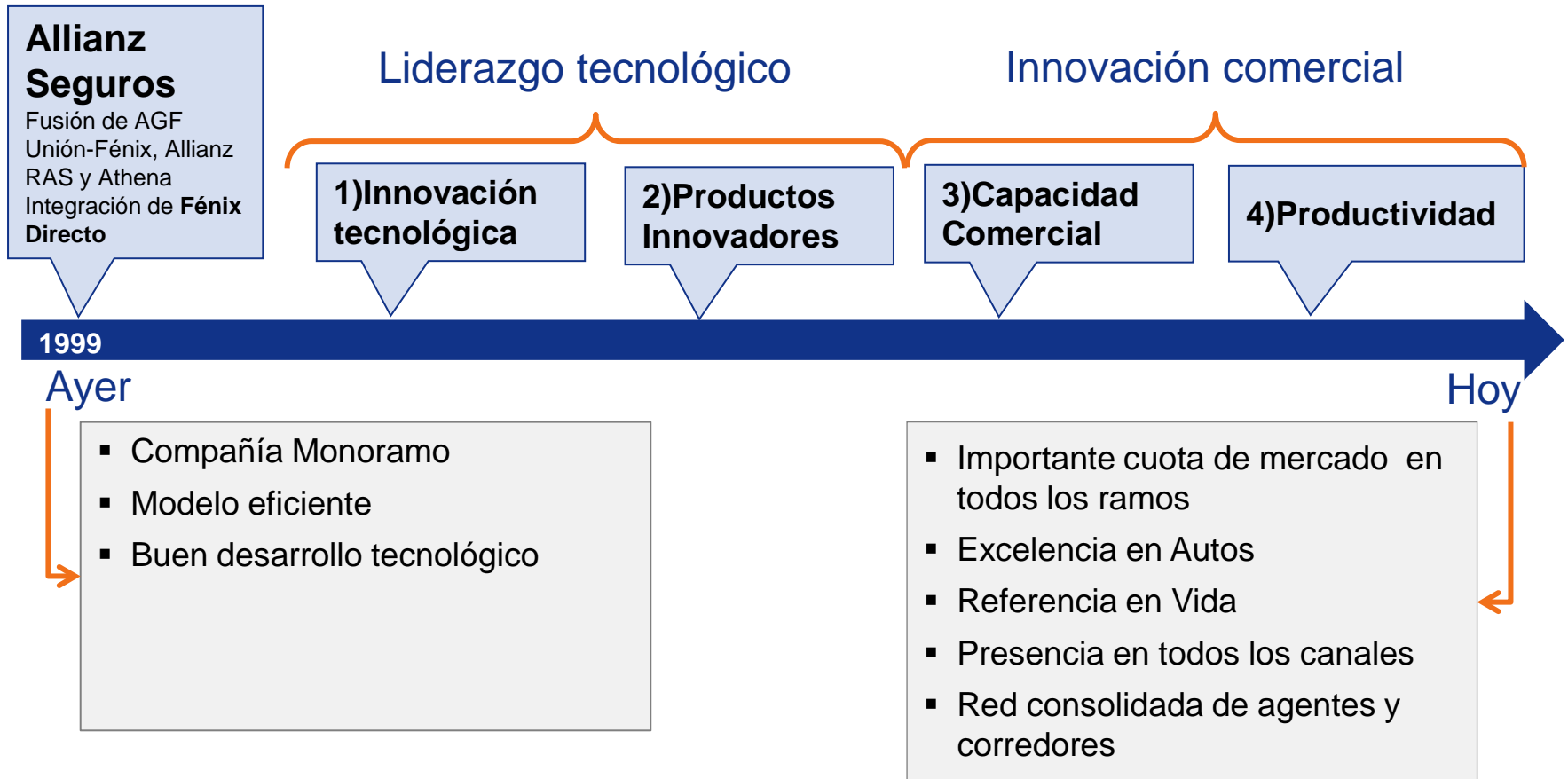
- ▶ Está entre el **top 5 de grupos aseguradores** de España.
- ▶ La **aseguradora más recomendada** por cuarto año consecutivo.
- ▶ Líder del sector en eficiencia, tecnología e innovación.
- ▶ **3.7 min** de clientes de seguros y **900,000** clientes de pensiones y gestión de activos.
- ▶ **2,500 empleados** y **12,800 agentes y corredores**.
- ▶ El **Grupo Allianz** está presente en **más de 70 países** en los 5 continentes:
 - ▶ más de **144.000 empleados** dan servicio a más de **78 millones de clientes**.
 - ▶ **9.500 Mn. €** De beneficio de explotación
 - ▶ **AA de calificación crediticia** según Standard & Poors.



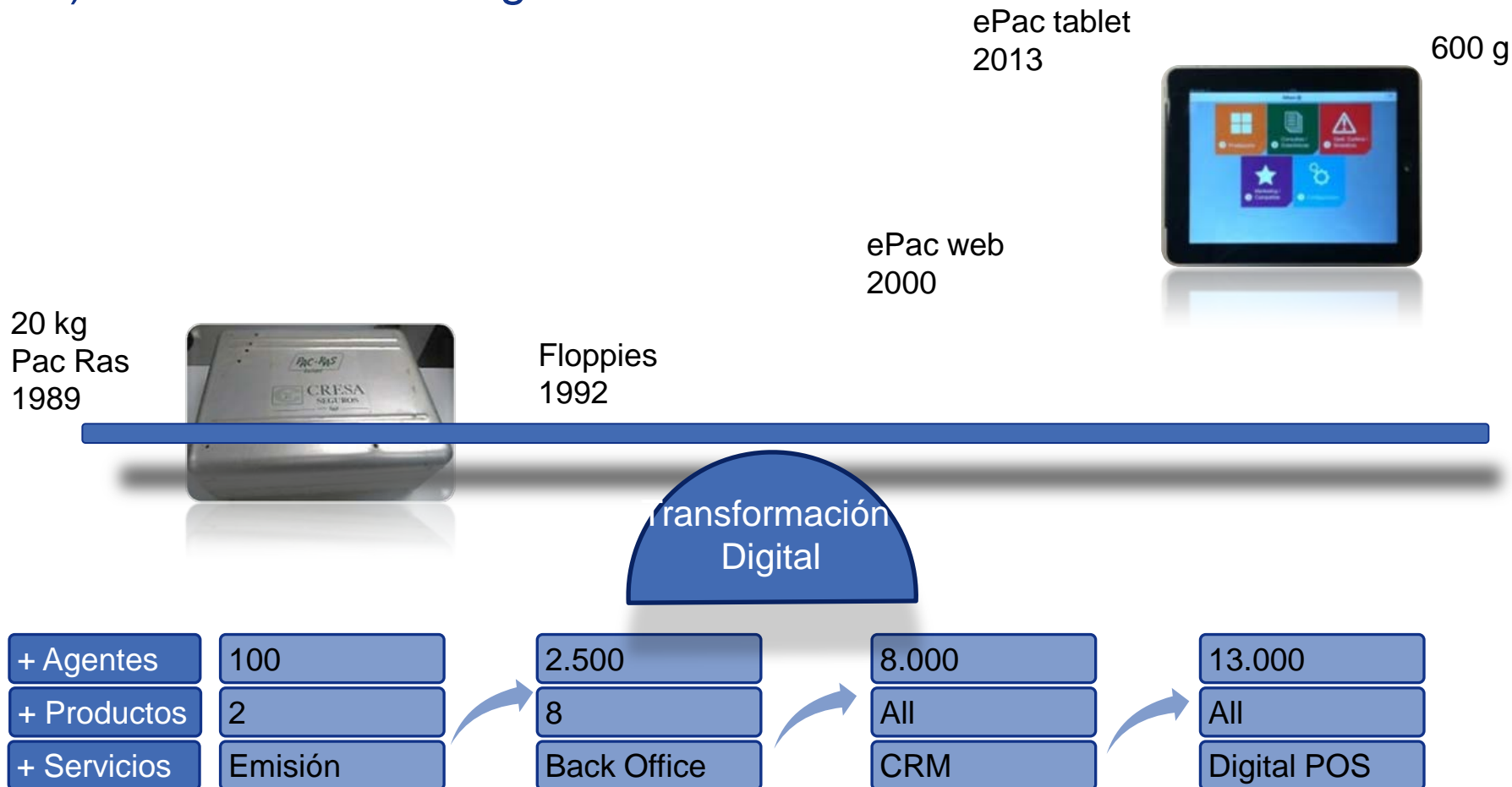
Ha batido al mercado y a sus peers en los últimos años



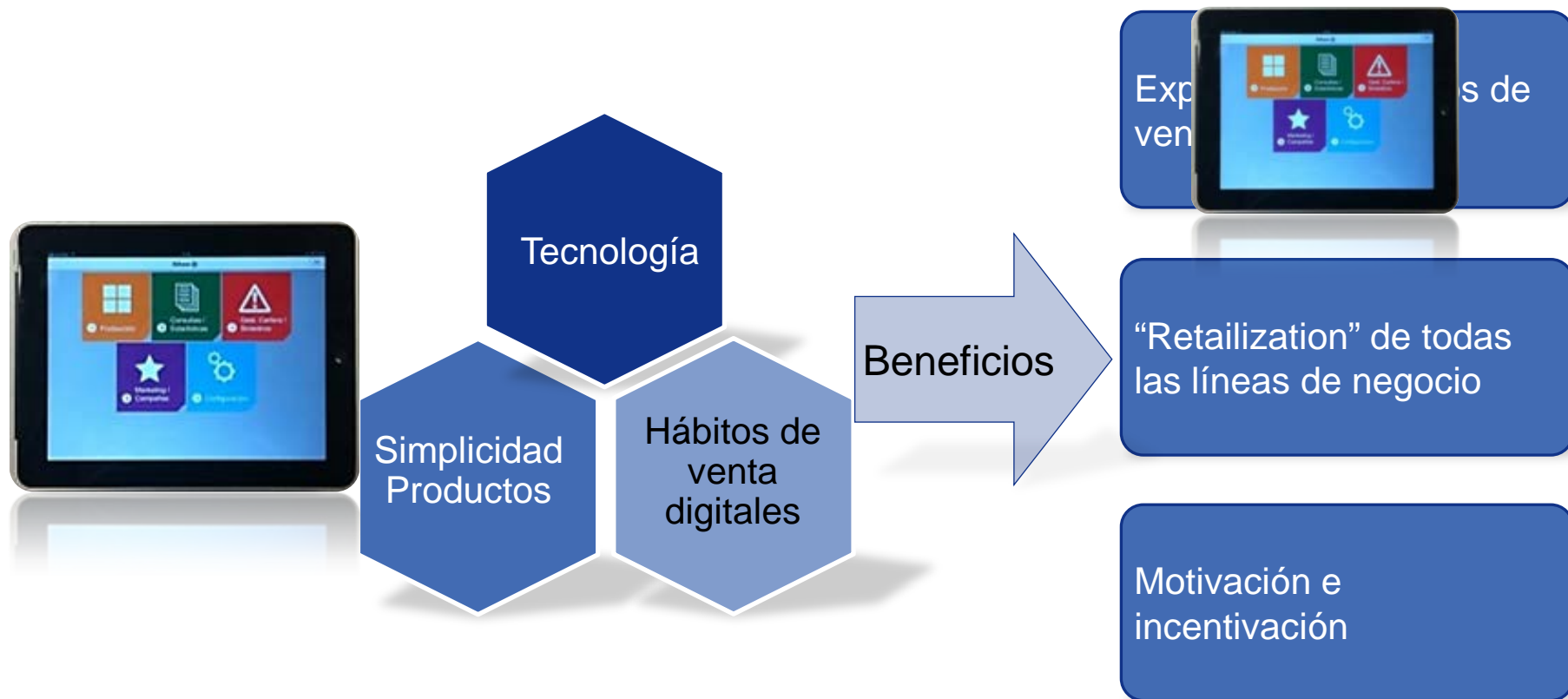
Allianz Seguros, reconocido como líder en innovación tecnológica y comercial



1) Innovación tecnológica



1) Innovación tecnológica




1) Innovación tecnológica: Proyecto Digital

- Proyecto que cubre toda la cadena de valor: Captación, emisión y post-venta
- Equipo de trabajo multidisciplinar de las áreas de Producto, Operaciones, Directo, Market Management y Sinistros



Cientes@Allianz

- Multiacceso
- Servicio Allianz en un click
- Comunicación digital



Optimización costes y procesos

- Paperless
- e-proveedores
- Conectividad empleados



e- Distributi@n

- Apoyo a la venta
- Movilidad
- Mejora coste agencias



Pr@ducts

- Cotización rápida
- Productos ticket

2) Productos Innovadores

Simplifica

- Productos modulares, estándares, automatizadas y fáciles de comercializar.
- Simplifica el legado existente de productos
- Provoca la “particularización” de los productos.
- Realiza los controles técnicos ex-post.

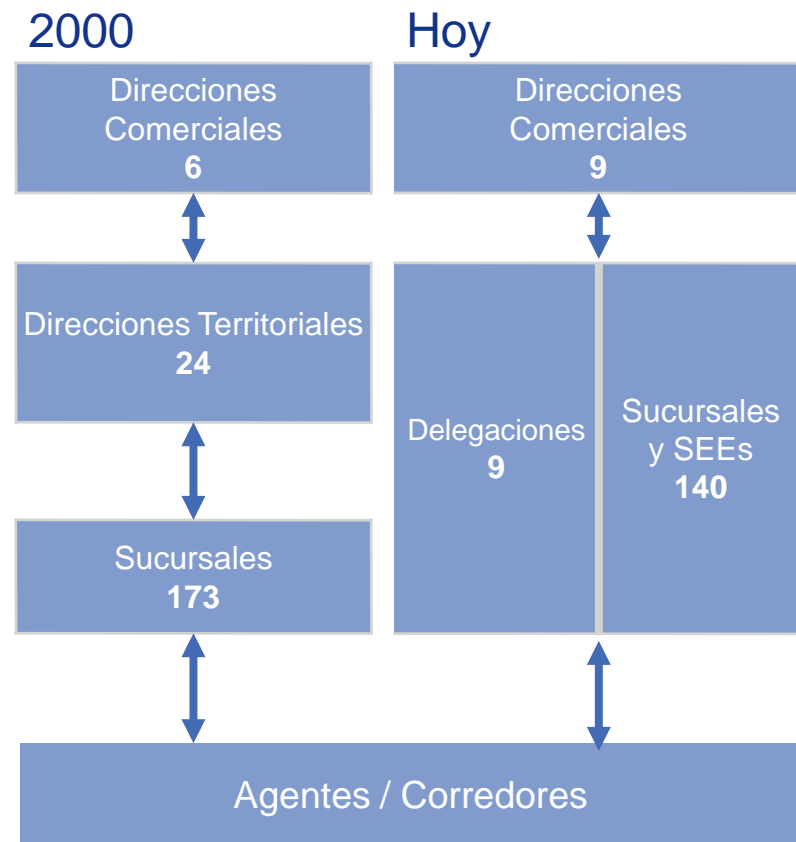
Involucra

- Alta colaboración entre Ventas, Market management y el Área Técnica.
- Sofisticación en la asignación de precios, con el soporte de de ajustes de tarifa, permite una rápida intervención en función de la situación del mercado.

Delega

- Descuentos y excepciones deben ser “seguibles” y “descentralización”.

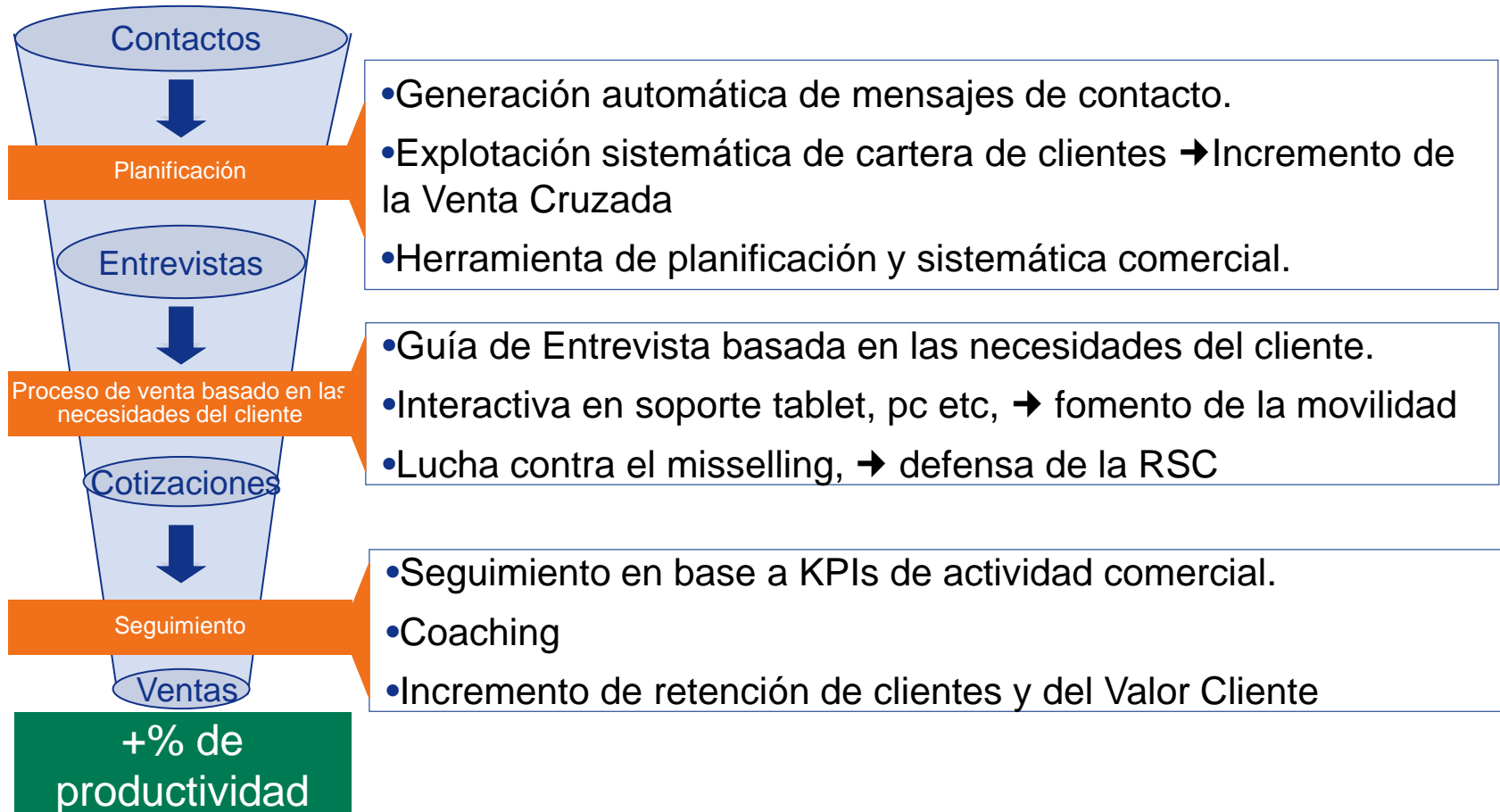
3) Capacidad Comercial



- ✓ Red Comercial más cercana,
- ✓ Más especializada,
- ✓ Con mayor capacidad,
- ✓ Con más autonomía

	Particulares	Empresas			Vida	
		Pyme	Segmento Medio	Segmento Alto	Tradicional	Colectivos
Mediador	100%	100%	100%	95%-100%	100%	100%
Sucursal	●	●	●	●	●	●
Especialistas Empresas			●			
Especialistas Empresas Suscriptores				●		
Especialistas Vida						●

4) Productividad



Conclusiones

- 1 Reduce la complejidad de los productos
- 2 Sofisticación de los precios
- 3 Trabajo conjunto entre el Área Técnica y el Área Comercial
- 4 Extensa presencia local
- 5 Compromiso con el canal mediado
- 6 Soporte Especialistas
- 7 Alineamiento entre los objetivos comerciales y los objetivos estratégicos
- 8 Productos y procesos automatizados
- 9 Inversión en tecnología basado en un estricto análisis de coste beneficio
- 10 Sólo una plataforma para todos los stakeholders.