



18/02/2016

Δελτίο Τύπου

Ετήσια Εκδήλωση Συνεργατών της Generali

MARKETING & COMMUNICATIONS DEPARTMENT

Generali Hellas
Ηλία Ηλιού 35-37 & Πυθέου
11743 Αθήνα / Ελλάδα

T +30 210.8096465

www.generali.gr

Μια ξεχωριστή έκπληξη επιφύλαξε φέτος για το δίκτυο των συνεργατών της η Generali, στην ετήσια εκδήλωση κοπής πίτας που πραγματοποιήθηκε στις 9 και 11 του μηνός σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Πάνω από 700 συνεργάτες από ολόκληρη την Ελλάδα έδωσαν το «παρών» στο καθιερωμένο τους ραντεβού, σε δυο λαμπρές εκδηλώσεις που έλαβαν χώρα στο Μέγαρο Μουσικής στην Αθήνα και στο ξενοδοχείο Met στη Θεσσαλονίκη.

Τους ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές, στην ντυμένη στα χρώματα της Generali αίθουσα, υποδέχθηκαν τα στελέγη της εταιρίας. Ο Διευθυντής Πωλήσεων της εταιρείας κ.Μιχάλης Σωτηράκος, έδωσε το στίγμα της ξεχωριστής για την εταιρία χρονιάς, δηλώνοντας: «**Η Generali συμπληρώνει φέτος 130 χρόνια συνεχούς και αδιάλειπτης παρουσίας στην ελληνική ασφαλιστική αγορά. Πρόκειται για την παλιότερη ασφαλιστική εταιρία στη χώρα. Παρά την «ηλικία» της όμως, καταφέρνει να παραμένει ένας αιωνόβιος οργανισμός με νεανική ορμή, διάθεση για προσφορά και καινοτόμο δημιουργία.**»

Αντί των καθιερωμένων ομιλιών και χαιρετισμών, η Generali επέλεξε να μοιραστεί με τους συνεργάτες της μια άλλη ματιά των εξελίξεων και τάσεων της παγκόσμιας αγοράς, κάνοντας μια συναρπαστική εισαγωγή στον κόσμο του “Internet of Things” και των “Big Data”. Χρέη «ξεναγού» στο ταξίδι αυτό, ανέλαβε ο χαρισματικός κ. Thimon De Jong. Διακεκριμένος ομιλητής και σύμβουλος πολυεθνικών Ομίλων σε θέματα επιχειρησιακής στρατηγικής.

Ο ίδιος, μέσα από μια διαδραστική παρουσίαση και με αμείωτο χιούμορ, καθήλωσε τους παρευρισκόμενους, παρουσιάζοντας τους τρόπους με τους οποίους η τεχνολογία και η ψηφιακή κουλτούρα επηρεάζουν τα καταναλωτικά ήθη και επαναπροσδιορίζουν τα δεδομένα. «**Τι θα κάνατε διαφορετικά αν γνωρίζατε τα πάντα για τους πελάτες σας;**», ρώτησε το κοινό ο κ. De Jong, παρουσιάζοντας τις νέες δυνατότητες μεγιστοποίησης κέρδους και προσέλκυσης νέων πελατών που προσφέρει το Profiling, δηλαδή η «αποκωδικοποίηση» των προτιμήσεων των καταναλωτών μέσω της επεξεργασίας των δεδομένων τους, όπως αυτά καταγράφονται από τις ψηφιακές τους διαδράσεις.

«**Οι πελάτες επιθυμούν εξατομικευμένες λύσεις, βασισμένες στο δικό τους καταναλωτικό προφίλ και συνήθειες. Αυτήν την ευκαιρία καλείστε να αξιοποιήσετε αν θέλετε να είστε κι εσείς συμμετοχοί στη νέα εποχή κι όχι απλώς θεατές.**» Σύμφωνα με τα ευρήματα των ερευνών η νέα γενιά καταναλωτών γνωστή και ως millennials είναι διατεθειμένη να «θυσιάσει» την ιδιωτικότητα της προκειμένου να απολαύσει βελτιωμένες, ποιοτικότερες, φθηνότερες, προσωποποιημένες και εν τέλει, χρήσιμες για την ίδια, υπηρεσίες και προϊόντα.

Ο Ολλανδός καθηγητής έβαλε στο κάδρο του μέλλοντος και τον διαμεσολαβητή, καθώς όπως επισήμανε, η ψηφιοποίηση δεν σημαίνει απουσία του ανθρώπινου παράγοντα. «**Η τεχνολογία και η ψηφιοποίηση είναι εργαλεία που τίθενται στη διαθεσή σας, και τα οποία προσφέρουν αυξημένες ευκαιρίες μιας πιο αποτελεσματικής και**



στοχευμένης προσέγγισης με τον πελάτη. Δεν αντικαθιστά, ωστόσο, την ανάγκη που καταγράφεται ξεκάθαρα από σημαντικές έρευνες, για ανθρώπινη και προσωπική επικοινωνία. Η ψηφιοποίηση διαμορφώνει ένα νέο είδος πελάτη πιο ενημερωμένου και ταυτόχρονα πιο απαιτητικού, όμως η ίδια γενιά που είναι «εθισμένη» στην τεχνολογία, είναι και αυτή που αποζητά και επιβάλλει την ισορροπία της».

Συγκλονιστικός ο νέος ψηφιακός κόσμος, πιο προσωποποιημένος, με πολλούς προβληματισμούς, κάποιους κινδύνους αλλά και άπειρες ευκαιρίες και δυνατότητες. Σε κάθε περίπτωση, ένας γρήγορα μεταβαλλόμενος κόσμος, με περισσότερες απαιτήσεις από όλους σε ό,τι αφορά το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Κλείνοντας, ο Διευθύνων Σύμβουλος & Γενικός Διευθυντής της Generali Hellas κ. Πάνος Δημητρίου έστειλε το δικό του μήνυμα στους ασφαλιστές τονίζοντας: «**Το 2015 ήταν μια καλή χρονιά αλλά και δύσκολη. Είναι μια χρονιά, ωστόσο, που έκλεισε και είναι πίσω μας. Μη μένουμε στα πεπραγμένα και στις επιτυχίες της χρονιάς που πέρασε, γιατί αυτά αποτελούν πια παρελθόν. Μην μένετε στα νούμερα, μην κοιτάτε τα εμπόδια και τις συγκαιρίες της αγοράς ή της χώρας. Κοιτάξτε μπροστά. Υπάρχει μια νέα, μεγαλύτερη αγορά που περιμένει. Θα πρέπει να την εκμεταλλευτούμε, να εξελιχθούμε, να συνεργαστούμε, να βελτιωθούμε και σε κάθε περίπτωση να προχωρήσουμε. Μαζί. Εμείς θα είμαστε πάντα πλάι σας, όπως έχουμε αποδείξει. Εσείς όμως είστε η Αγορά. Εσείς θα φέρετε την Αλλαγή. Είμαστε ένας ιστορικός Όμιλος, με μια δυνατή ομάδα και έχουμε αποδείξει ότι δεν μας τρομάζουν οι προκλήσεις!**».

ΟΜΙΛΟΣ GENERALI

Ο Όμιλος Generali είναι ένας από τους μεγαλύτερους, παγκοσμίως, ασφαλιστικούς οργανισμούς, με εγγεγραμμένα ασφάλιστρα που το 2014 κυμάνθηκαν στα €70 δισεκατομμύρια. Με περισσότερους από 77.000 εργαζόμενους παγκοσμίως, και 72 εκατομμύρια πελάτες, σε πάνω από 60 χώρες, ο Όμιλος κατέχει ηγετικό ρόλο στην αγορά της Δυτικής Ευρώπης και μία όλο και πιο σημαντική θέση στις αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και στην Ασία. Το 2015, η Generali συγκαταλέχθηκε στις 50 πιο έξυπνες εταιρείες του κόσμου, σύμφωνα με την Τεχνολογική Επιθεώρηση - Technology Review του MIT, αποτελώντας τη μοναδική ασφαλιστική εταιρεία που κατάφερε να συμπεριληφθεί στη λίστα.