

Global Agent Excellence Contest 2021 di Generali

→ La spagnola Carmen Martínez Rodríguez eletta miglior agente del Gruppo per l'approccio dinamico, empatico e innovativo che incarna l'ambizione di Generali a essere Partner di Vita

Trieste - Si è svolto il terzo Global Agent Excellence Contest di Generali, che ha riunito i migliori tra i 165.000 agenti del Gruppo nel mondo per celebrare lo spirito di innovazione, la passione e l'energia con cui si dedicano ai clienti. Al Gran Finale presentato da **Isabelle Conner, Group Chief Marketing & Customer Officer**, 300 agenti e il top management di Generali hanno votato il miglior agente del network globale del Gruppo per il 2021.

Lanciato per la prima volta nel 2016, il Contest ha coinvolto 20 mercati e 21 business unit di Europa, America Latina e Asia. I finalisti, selezionati attraverso competizioni locali per raggiungere il Gran Finale, hanno dato prova delle loro capacità come agenti di fronte a un panel composto da **Marco Sesana, Country Manager Italy & Global Business Lines, Giovanni Liverani, Country Manager Germany, Jean-Laurent Granier, Country Manager France & Europ Assistance, Luciano Cirinà, Austria, CEE & Russia Regional Officer, Jaime Anchustegui, CEO International, e Monica Possa, Group Chief HR & Organization Officer**.

Gli agenti sono stati valutati sulla base di tre criteri – digitalizzazione, relazioni con i clienti, capacità di attrarli e di mantenere il rapporto – che sono al centro dell'ambizione di Generali a essere Partner di Vita. Hanno ricevuto un riconoscimento anche gli agenti che hanno promosso le attività della Fondazione di Generali The Human Safety Net, inclusa la raccolta fondi a sostegno delle famiglie vulnerabili e dell'integrazione dei rifugiati attraverso il lavoro.

Philippe Donnet, Group CEO di Generali, ha affermato: *“Sono convinto da sempre che i nostri 165.000 agenti siano una risorsa unica per Generali e i nostri milioni di clienti nel mondo. Questo si è dimostrato più vero che mai nel contesto attuale, poiché essi sono stati in grado di vincere le sfide poste dalla pandemia di Covid-19 e di rimanere al fianco dei nostri clienti grazie al loro spirito di innovazione e alla loro flessibilità nel superare la distanza fisica. La pandemia ha rafforzato i presupposti fondamentali alla base del piano strategico Generali 2021, che offre ai nostri agenti i migliori strumenti per essere Partner di Vita dei nostri clienti, restando costantemente in contatto con loro sia di persona sia virtualmente per offrire soluzioni avanzate e personalizzate sulla base delle loro esigenze. Infine, sono orgoglioso del lavoro svolto dai nostri agenti anche nell'aumentare l'impatto delle attività di The Human Safety Net, contribuendo così a fare la differenza per migliaia di persone vulnerabili in tutto il mondo.”*

L'ambizione di Generali di essere Partner di Vita sostiene la strategia del Gruppo, offrendo ai clienti soluzioni innovative e personalizzate grazie a una gamma di prodotti d'eccellenza, a un'esperienza multicanale e all'82% della rete distributiva digitalizzata e perfettamente in grado di operare da remoto. A partire dal 2018 Generali si è impegnata ad approfondire il rapporto commerciale con i clienti per diventare la prima scelta nell'ambito del Relationship Net Promoter Score (NPS) tra le realtà internazionali a livello europeo entro il 2021.

IL GRUPPO GENERALI

Generali è uno dei maggiori player globali del settore assicurativo e dell'asset management. Nato nel 1831, è presente in 50 Paesi con una raccolta premi complessiva superiore a € 70,7 miliardi nel 2020. Con quasi 72 mila dipendenti nel mondo e 65,9 milioni di clienti, il Gruppo vanta una posizione di leadership in Europa e una presenza sempre più significativa in Asia e America Latina. L'impegno per la sostenibilità è uno degli *enabler* della strategia di Generali, ispirata all'ambizione di essere “Lifetime Partner” per i clienti, offrendo soluzioni innovative e personalizzate grazie a una rete distributiva senza uguali.