

Liberty dedica su IV "Consumer Experience Week" a la suma de digitalización y talento como garantía de la mejor experiencia para clientes y mediadores

- **Los casi 2000 empleados** que forman la compañía en el mercado europeo **podrán participar en el encuentro anual que tiene como objetivo recordar la importancia de garantizar la mejor experiencia a sus clientes y mediadores.**
- **El gran proceso de transformación digital en el que se encuentran inmersos**, que busca crear un ecosistema digital propio desde cero para dar soporte al negocio, **está ayudando a ofrecer una mejor experiencia a todos sus stakeholders.**
- En palabras de Marco Marrazza, "más allá del gran proceso de transformación tecnológica **son todas y cada una de las personas que forman parte de este gran equipo las que logran ofrecer la mejor experiencia a todos nuestros clientes**".

Madrid, 18 de octubre de 2021

Bajo el lema "Win with digital, win with people", Liberty celebra la IV edición de su Consumer Experience Week, el encuentro anual de carácter interno que tiene como **objetivo resaltar la importancia de garantizar la mejor experiencia a sus clientes y mediadores.** La compañía de seguros cuenta con más de 3 millones de clientes en los cuatro países europeos en los que opera (España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte) y trabaja con más de 6.000 mediadores.

Durante esta semana, **los casi 2000 empleados que forman la compañía en el mercado europeo podrán participar en una gran actividad de gamificación** para entender cómo el gran proceso de transformación digital en el que se encuentran inmersos está ayudando a todos los departamentos a ofrecer una mejor experiencia a todos sus stakeholders. La compañía aseguradora, que ha llevado a cabo una inversión de 100 millones de euros, está trabajando en **construir todo un ecosistema digital** propio desde cero para dar soporte al negocio, con el objetivo de convertirse en la primera compañía aseguradora 100% en la nube.

En palabras de Marco Marrazza, Strategy & Transformation Leader en Liberty en el mercado europeo, "**gracias a la incorporación y el desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas** podemos compartir conocimiento e información de los diferentes países que formamos Liberty en Europa, **podemos escuchar más y mejor a nuestros clientes y podemos ofrecerles productos cada vez más flexibles y adaptados a sus necesidades**".

Sin embargo, como compañía que pone primero a las personas, este año Liberty ha querido ir un paso más allá destacando el gran trabajo que está llevando a cabo de todo su equipo. "**Estos avances y nuevos servicios no son posibles sin todas y cada una de las personas que forman parte de la empresa** y que logran ofrecer la mejor experiencia a todos nuestros clientes. Hemos ganado mucho con la tecnología, pero más aún ganamos con las personas", ha añadido Marrazza.

Modularidad y flexibilidad

En este sentido, la compañía aseguradora avanza en la claridad, transparencia y adaptabilidad de los productos en base a las necesidades de sus clientes bajo la filosofía **"Pay for what you need"**, un enfoque de producto basado en la modularidad, permitiendo que los clientes paguen únicamente por lo que necesiten.

Sobre Liberty Seguros

Liberty Seguros es la operación más grande de Liberty Mutual Group fuera de EE. UU., que incluye bajo una misma estructura legal los negocios de España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte.

Liberty Mutual Group, fundada en 1912 con sede en Boston, es el 3.º grupo asegurador de No Vida en EE. UU. con más de 50.000 empleados distribuidos en más de 800 oficinas en 30 países. Desarrolla su actividad en estos tres mercados a través de distintas líneas de negocio, principalmente Auto, seguido de Hogar, Vida y Líneas Personales, siempre buscando la mejor experiencia para sus clientes, mediadores y empleados.

Cuenta con una eficaz y sólida estructura de negocio multicanal que opera a través de Mediadores y Socios, así como en Directo (teléfono y canales digitales) distribuyendo productos de distintas marcas: Liberty Seguros en Portugal y España, donde también se comercializan las marcas Génesis y Regal; y Liberty Insurance en Irlanda. Liberty Seguros opera en España desde 2001, en Portugal desde 2003 y en Irlanda desde 2011.

Con el objetivo de mejorar la experiencia de clientes y mediadores, la aseguradora ha unido estos negocios centrandos sus esfuerzos en el desarrollo de sus capacidades digitales y la innovación en sus productos y servicios. Todo ello poniendo foco en las personas desde una perspectiva abierta y diversa, marcada por la responsabilidad, la mejora constante y la sencillez. Persiguiendo un mismo propósito global: "Existimos para ayudar a las personas a disfrutar el presente y mirar con confianza al futuro".

Puedes seguir las novedades de Liberty Seguros a través de nuestro perfil en Twitter, Facebook, Instagram y nuestras noticias en la sala de prensa.



Para más información: LLYC - Agencia de comunicación

Tel.: +34 915 63 77 22 liberty@llorenteycuenca.com