

16 ottobre 2001 - GENERTEL vince il Customer Satisfaction Award 2001.

Genertel, la compagnia di vendita diretta del Gruppo Generali, ha conquistato il Customer Satisfaction Award, premio promosso da Andersen e Il Sole 24 Ore, che costituisce il più autorevole attestato di eccellenza per l'attenzione e l'impegno sul fronte della soddisfazione del Cliente in Italia. La premiazione si è svolta oggi a Milano presso l'Auditorium dell'Assolombarda, a conclusione della 5^a edizione del Customer Satisfaction Award.

A Genertel, oltre al trofeo assoluto, è stato assegnato il premio di categoria "Best Service Customization", confermando tra le aziende italiane operanti nei servizi finanziari il suo primato per capacità di personalizzare il servizio offerto. "Grazie alla conoscenza dettagliata dei Clienti, nel rigoroso rispetto della riservatezza dei dati personali cui Genertel è attentissima - ha spiegato Leonardo Felician, direttore generale della Compagnia - siamo in grado di proporre un'offerta estremamente personalizzata e conveniente nel calcolo della tariffa assicurativa con tempi di risposta eccezionali".

"Abbinando alla personalizzazione tariffaria - ha aggiunto il responsabile commerciale Giovanni Liverani - anche la capacità di ascoltare e rispondere ad ogni Cliente e a tutti i livelli aziendali, Genertel offre ai suoi Clienti oltre che un differenziale di prezzo anche un servizio realmente ritagliato sulle caratteristiche individuali e personali, trasformando di fatto il marketing one-to-one in person-person".

Lo scorso anno, Genertel era già stata premiata al Customer Satisfaction Award quale migliore iniziativa nel marketing one-to-one; inoltre vincitrice del Loyalty Award 2000, il premio che annualmente viene assegnato al migliore programma di fidelizzazione della clientela. La Compagnia ha concluso il primo semestre 2001 con una raccolta premi pari a 126,6 miliardi di lire, in crescita del 20,4% rispetto al primo semestre dell'anno precedente, con un portafoglio di circa 300 mila Clienti. L'elevato tasso di crescita è dovuto anche allo sviluppo del canale Internet (www.genertel.it), che ha ormai superato quello telefonico quale strumento di contatto con i nuovi assicurati.