



NOTA DE PRENSA

Liberty Seguros celebra su primera ‘Customer Experience Week’, poniendo al cliente en el centro de todas sus acciones

- ▶ Esta iniciativa se ha desarrollado a nivel global dentro del grupo Liberty Seguros, por lo que las sesiones han tenido lugar simultáneamente en las sedes de la compañía en todo el mundo, así como en las españolas ubicadas en Madrid, Barcelona y Bilbao.
- ▶ A lo largo de la semana, se han llevado a cabo distintas acciones en torno a la experiencia cliente, a través de las cuales los empleados han podido acercarse un poco más a los clientes, escuchar su voz en las Nice Notes, reconocer a sus compañeros en los CEW Awards, contribuir con sus historias en la red social interna MyConnections y participar de las Roundtables.

Madrid, 26 de octubre del 2018 - Liberty Seguros ha celebrado durante esta semana pasada su ‘Customer Experience Week’, una iniciativa interna que arranca este año y cuyo objetivo es desarrollar acciones en torno a la experiencia de cliente en las operaciones de Liberty en el mundo.

“En Liberty sabemos que la experiencia no es cosa de un departamento, ni del área de Marketing, sino que debe ser el objetivo de todos los que formamos parte del servicio que damos a nuestros clientes. Por eso hemos querido que en esta ‘Customer Experience Week’ participen todos los empleados, los clientes con sus voces y nuestros partners y mediadores hoy en las mesas redondas. Incluso hemos querido contar con expertos en experiencia que no pertenecen a Liberty Seguros para compartir sus mejores prácticas y aprender de ellas”, explica Gerardo Laino, responsable de Experiencia de Liberty Seguros España.

Entre las acciones desarrolladas esta semana, los empleados han podido acercarse un poco más a los clientes, escuchar su voz en las Nice Notes, reconocer a sus compañeros en los CEW Awards, contribuir con sus historias en la red social interna MyConnections y participar de las Roundtables, unos espacios de diálogo para entender la experiencia de cliente desde un prisma menos endogámico que se han desarrollado simultáneamente en Bilbao, Barcelona y Madrid.

Estas acciones han sido desarrolladas por un equipo multidisciplinar formado por miembros de los departamentos de Experiencia, Comunicación, Bienestar, IT y Talento de la Compañía.

Tres roundtables simultáneas con expertos en experiencia, mediadores y partners: el plato fuerte de la Customer Experience Week

Como colofón y cierre de esta ‘Customer Experience Week’ se han llevado a cabo unas mesas redondas simultáneas en las tres sedes españolas lideradas por el encargado de Experiencia de la compañía, Gerardo Laino y su equipo en las que también han participado miembros del equipo directivo, entre ellos, María Eugenia



Muguerza, Directora de Talento de la compañía y Juan Miguel Estallo, Director de Producto.

Este espacio se ha organizado con el objetivo de generar un intercambio y diálogo abierto que permita entender la experiencia de cliente desde un prisma menos endogámico e invitando a personas que no pertenecen a Liberty Seguros a compartir sus mejores prácticas y aprender de ellas.

Entre el grupo de invitados a formar parte de esta mesa se encontraban en Madrid: Guadalupe Esparza del RACE, Carlos Carrasco de Red Mediaria, Laura Gonzalvo por parte de Securitas Direct y Jose Luis Ruiz de Brain Trust; en Barcelona: Javier Cerdeira de Carglass, la mediadora Expatriate, Julia Jannin, por parte de Lukkit, María Hernanz y Cristina López Cabañas de Naturgy. En la mesa de Bilbao, han conversado Jordi Miquel, de ServiHogar; el mediador, Asier Etxebarria, por parte de Lukkit, Christian Pereira y Mercedes Chalbaud de lanalden.

Dentro de las ideas que se abordaron está el posicionamiento de la experiencia cliente como claro foco estratégico para la compañía y que debe estar integrado en el negocio de la propia organización, contando con un retorno directo para los resultados.

Además, y dentro de las claves que ayudan a mejorar la experiencia de cliente se puntualizaron, por un lado, el equilibrio y alianza entre la tecnología y las personas, por otro, el conocimiento de las particularidades específicas de cada cliente y la capacidad de adaptación de cada producto y servicio a las mismas.

Acerca de Liberty Seguros

Liberty Seguros pertenece a Liberty Mutual Group, tercer grupo asegurador en No Vida en EEUU. Liberty Seguros opera en España desde el año 2001 a través de un modelo de gestión en el que sus mediadores y clientes son el centro de su estrategia. Liberty Seguros cuenta con un sólido posicionamiento en el ramo de No Vida, y tiene en la diversificación de productos, con seguros multirriesgo para empresas, accidentes... su principal objetivo para los próximos años. La compañía cuenta con una eficaz y sólida estructura de negocio multicanal que opera a través de Mediadores y Socios, bajo la marca Liberty Seguros y a través del Negocio Directo (teléfono e Internet) con las marcas Génesis y Regal.

Puedes seguir las novedades de Liberty Seguros a través de nuestro perfil en twitter:
@GrupoLiberty_es
Para acceder a la sala de prensa web pinchar aquí

Gabinete de prensa:

Verónica Muñoz Garcinuño / Noelia Barrientos
Tel: 91.577.92.72

veronica.munoz@evercom.es / noelia.barrientos@evercom.es