

La salud, protagonista de la nueva campaña de GENERALI

- Con el hilo conductor de “Seguros únicos para personas únicas” transmite la personalización que cada persona puede realizar de su seguro y pone en valor la labor que realiza el equipo de agentes que trabajan para ofrecer la solución que mejor se adapta al estilo de vida de cada cliente.

Madrid – GENERALI ha lanzado este lunes su nueva campaña de publicidad en España centrada, en esta ocasión en las ventajas que tiene su seguro de salud, reconocido por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) como el mejor de España por la calidad del servicio ofrecido por los centros de su cuadro médico, la rapidez de sus procesos y el nivel de asesoramiento que ofrecen sus agentes.

Bajo el concepto “*Seguros únicos para personas únicas*” GENERALI transmite el nivel de asesoramiento que pueden ofrecer sus agentes, adaptando las soluciones a las necesidades únicas de cada cliente.

El spot pone en valor también la calidad del producto de salud de GENERALI, elegido por los propios consumidores como el mejor del mercado. La creatividad mantiene el *claim* de anteriores campañas, “*Contigo, todo*” para poner en valor la propuesta de ser el socio de por vida de los clientes, gracias a su amplia oferta de soluciones aseguradoras y asesoramiento profesional.

El lanzamiento del nuevo spot coincide con el acuerdo estratégico que GENERALI y Sanitas han firmado en el terreno de salud hace unas semanas por el que, a partir de enero de 2023, los clientes de Generali podrán acceder al cuadro médico de esta última lo que refuerza aún más la posibilidad de los clientes de Generali de acceder a los tratamientos médicos más avanzados y amplía la oferta médico-hospitalaria para situarla entre las mejores del mercado.

La campaña tendrá una amplia cobertura en las principales cadenas de televisión y un especial despliegue en los medios digitales.

Rakesh Wadhwa, Chief Customer and Marketing Officer de GENERALI España señaló que: “*La campaña pone en valor uno de nuestros mejores productos, el seguro de salud y refuerza nuestro mensaje de que cada individuo es único, por eso, tanto nosotros como nuestros mediadores nos esforzamos cada día por diseñar un traje a la medida de cada necesidad. Con esta campaña, que mantiene el tono energético y positivo de las anteriores, pretendemos reforzar nuestra vinculación con los clientes y cumplir nuestra promesa de marca*”.



En el siguiente link podréis encontrar el vídeo de la campaña: [El mejor seguro de salud según los consumidores](#)

FICHA TÉCNICA

Agencia: Dentsu Creative / Isobar

Anunciante: GENERALI

Responsables campaña:

Javier Las Heras, Director de Marca

Susana Melendi, Brand Manager

Producto: Salud

Director Ejecutivo Creativo: Álvaro Rodríguez Solano

Director Creativo: Alfonso Cuenca

Equipo Creativo: Guillermo Ley, Miguel Velacoracho y Luis María García.

Directora de Servicios al Cliente: Violeta Puyuelo

Equipo de Cuentas: Cristina de Miguel, Belén Moya y Alicia Gómez

Estudio de Sonido: Bendito Sonido

Agencia de Medios: Dentsu

Emisión de la campaña: 16 de Octubre de 2022

GENERALI ESPAÑA

GENERALI España (www.generali.es), que pertenece al Grupo GENERALI, es una de las principales aseguradoras del mercado español. Presente en el país desde 1834, ocupa una posición de liderazgo, prestando servicio a más de 3 millones de clientes, entre particulares y empresas. Con una de las redes de oficinas con mayor presencia en España, la compañía cuenta con cerca de 1.600 puntos de atención al cliente. Además, ofrece una completa oferta de seguros, donde las soluciones personalizadas y la innovación son claves. Una forma de entender el sector que logra excelentes cifras, como la de satisfacción de sus clientes: 8 de cada 10 recomendarían a la aseguradora, según un estudio realizado a más de 650.000 clientes. Además, GENERALI España ha sido certificada como una de las mejores empresas para trabajar según Top Employers 2022.

GRUPO GENERALI

Generali es uno de los mayores grupos aseguradores y gestión de activos a nivel global. Fundada en 1831, está presente en 50 países del mundo con unos ingresos totales por primas de más de 75.800 millones de euros en 2021. Con casi 75.000 empleados que atienden a 67 millones de clientes, el Grupo tiene una posición de liderazgo en Europa y una presencia creciente en Asia y América Latina. En el centro de la estrategia de GENERALI se encuentra su compromiso para ser Socio de Por Vida de sus clientes mediante soluciones innovadoras y personalizadas, una excelente experiencia del cliente y unas capacidades de distribución global digitalizada. El Grupo ha integrado plenamente la sostenibilidad en todas sus decisiones estratégicas, con el objetivo de crear valor para todas las partes interesadas y construir una sociedad más justa y resistente
