



1_2_3_4 Strategia Grupa Generali Polska ogłasza Strategię kreowania biznesowej wartości Grupa Generali Polska przedstawia nową strategię działania na najbliższe 5 lat, nazwaną 1_2_3_4 Strategia. W ciągu 5 lat Generali chce być jedną z najdynamiczniej rozwijających się firm ubezpieczeniowych, nastawiając się na generowanie wartości biznesowej i wzrost. Nowa strategia Generali zakłada istotne polepszenie wszystkich kluczowych parametrów funkcjonowania firmy na polskim rynku, począwszy od zwiększenia sprzedaży, przez zidentyfikowanie szans rynkowych wynikających z nowych technologii i nowych warunków ekonomicznych, aż po zwiększenie rentowności i udziałów w rynku.

"W ostatnich latach Grupa Generali w Polsce wykonała ogromną pracę i wielokrotnie udowodniła, że rozwija się szybciej niż pokazują to trendy rynkowe, a na dodatek robi to bardzo dynamicznie i zyskownie. Stworzyliśmy wielokanałową sieć dystrybucji naszych produktów, wielokrotnie zwiększyliśmy udziały w rynku. W tym samym czasie zaszło wiele kluczowych zmian, nie tylko na rynku ubezpieczeniowym, ale także całym świecie. Dlatego wypracowaliśmy nową strategię, w której chcemy wykorzystać najsilniejsze strony naszej biznesowej wiedzy oraz otworzyć się na nowe obszary działalności. Chcemy w mądry sposób wykorzystywać nowe technologie, wzmocnić kanały dystrybucji tak, aby efektywniej obsługiwać Klienta, który jest centralnym punktem wszystkich naszych kluczowych projektów wprowadzanych w ramach nowej 1_2_3_4 Strategii" - powiedział **Artur Olech**, Prezes Zarządu Grupy Generali w Polsce.

1_2_3_4 - założenia nowej, pięcioletniej Strategii Generali

Nowa strategia **Grupy Generali Polska** zakłada:

1_bardzo dynamiczne tempo rozwoju biznesu

2_podwojenie udziałów w rynku

3_kilkukrotny wzrost przypisu składki

4_dalsze zwielokrotnienie zyskowności

Misja i wizja firmy

Strategia 1_2_3_4 oznacza nową wizję rozwoju i działania. Generali Polska chce być dla Klientów ubezpieczycielem pierwszego wyboru i osiągnąć status jednego z liderów ubezpieczeń polskiego rynku. Generali chce dostarczać trwałą wartość i rozwijać się szybciej niż rynek.

Powodzeniu tych przedsięwzięć towarzyszyć będą konkretne zobowiązania, jak tworzenie standardów prostej i efektywnej obsługi poprzez mądre wykorzystanie nowych technologii.

Generali chce udowodnić, że jest z Klientami na dobre i złe. Istnieje po to, by żyło im się lepiej i bezpieczniej.

Nowa filozofia biznesowa koncentruje się również na pracownikach firmy i przekonaniu, że dzięki zbudowanej kulturze korporacyjnej wybierają oni pracę w Generali w poczuciu dążenia





do perfekcji w swoim zawodzie przy jednoczesnym zachowaniu równowagi pomiędzy życiem prywatnym i zawodowym.

8 kierunków strategicznych nowej Strategii Generali

Potwierdzeniem założeń Strategii 1_2_3_4 jest 8 kierunków strategicznych, które w ciągu najbliższych pięciu lat będą skupiały działania Generali w Polsce.

- Rentowność - optymalizacja wyniku technicznego. Dalsza dywersyfikacja struktury portfela produktów.
- Dystrybucja - Wykorzystanie potencjału sieci wyłącznych i partnerów zewnętrznych. Stworzenie nowych kanałów dystrybucji.
- Klient - Poprawa satysfakcji Klienta m.in. poprzez nowe podejście do sprzedaży obejmujące wszystkie potrzeby Klienta. Stworzenie jednego Konta Klienta, prostota i wielokanałowość dostępu.
- Technologia - Mądre wykorzystanie nowych technologii stanowić będzie przewagę konkurencyjną Generali. W pełni elektroniczny proces sprzedaży.
- Efektywność - Nowe technologie i zmiana starych przyzwyczajeń w organizacji. Optymalizacja i automatyzacja procesów.
- Produkty - Uproszczenie produktów. Przyjazny i zrozumiały proces sprzedaży.
- Marka - Wykorzystywanie siły brandu Generali, zakorzenionej w niemal 200-letniej tradycji.
- Pracownicy - Siłą Generali jest kultura organizacyjna charakteryzująca się otwartą komunikacją i przedsiębiorczością. Kultura zapewniająca wpływ na decyzje, oferująca równowagę pomiędzy pracą a życiem prywatnym.

- „Realizując nową Strategię będziemy korzystać z niemal 200-letniego doświadczenia Grupy Generali na świecie i tworzyć wartość firmy działając z rozmysłem i planem. Chcemy szukać szans i pomysłów biznesowych, aby szybciej się rozwijać, lepiej służyć naszym klientom i dostarczać coraz większą wartość wszystkim naszym interesariuszom - począwszy od Klientów, przez pracowników i partnerów biznesowych, na akcjonariuszach skończywszy. W ciągu kilku miesięcy prac nad strategią zdiagnozowaliśmy kilkadziesiąt projektów i inicjatyw biznesowych, z których część już nawet rozpoczęliśmy wdrażać w ostatnich dniach. O najważniejszych z nich będziemy na bieżąco informować wszystkich naszych interesariuszy” - dodaje Prezes **Artur Olech**.

