

Allianz Partners participa en el Viernes DEC sobre Customer Journey

Este viernes 5 de julio ha tenido lugar el Viernes DEC, la cita bimestral organizada por DEC, la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente, donde seis expertos de diferentes sectores han expuesto su visión sobre la importancia del Customer Journey en la Experiencia de Cliente

El encuentro ha tenido lugar en la sede de Capgemini y ha sido moderado por Marta Fina, Directora del Área de Calidad y Experiencia de Cliente de Caixabank y ha contado con representantes de diferentes sectores, entre ellos, Irene González, Responsable de Customer Experience en Allianz Partners, Sabrina Romero, Marketing and Strategy Manager de Sandoz, María Jesús Encinas Peromingo, Directora de Marketing Global de SM Educamos, Elena Garrido, CX Expert en Proyecto Rumbo, Manuel Cervantes Arizmendi y Adolfo Lozano de Medallia.

Esta cita se lleva a cabo en un momento crucial de cambio en el que los diferentes sectores hacen frente a un consumidor altamente informado, tecnológicamente cada vez más ágil y exigente y con altas expectativas respecto al servicio que contrata. El análisis pormenorizado del Customer Journey 360 grados, atendiendo no sólo a la omnicanalidad pero también a los empleados en todas sus interacciones con el cliente, se ha convertido en pieza indispensable para la Experiencia de Cliente.

En esta línea y en referencia al sector de la asistencia, Irene González, Responsable de Customer Experience en Allianz Partners ha resaltado que “la experiencia de los clientes con su seguro depende en gran medida de su satisfacción con la asistencia y el servicio prestado en el momento del siniestro. En el sector, la gestión del siniestro y reparación, tienen un impacto clave en la experiencia del asegurado y en su relación con la compañía aseguradora. El Customer Journey es la mejor herramienta de transformación en los siniestros de hogar.” En la asistencia, la gestión de los momentos de la verdad mediante la segmentación de los siniestros en función del impacto en la Experiencia de Cliente y las soluciones digitales que permiten simplificar los momentos decisivos, son dos pilares clave que se han puesto de relieve, así como la vocación de servicio.

De manera generalizada, los ponentes de los diferentes sectores han coincidido en la importancia de establecer el Customer Journey como hoja de ruta de sus acciones y mejoras. Para ello, insisten en que el feedback que se recoja del cliente debe ser accionable para poder cerrar el círculo con el cliente e implementar esas mejoras que impacten de manera positiva la cuenta de resultados.

Sobre Allianz Partners

Dedicado a proveer asistencia y protección global, Allianz Partners es el líder B2B2C en asistencia y seguros en áreas de experiencia como: asistencia global, salud y vida internacional, seguros globales en automoción y viajes. Estas soluciones, una combinación única de seguros, servicio y tecnología, están disponibles para socios o a través de canales directos y digitales bajo tres marcas reconocidas: Allianz Assistance, Allianz Care y Allianz Automotive.

Esta familia global emplea a más de 19.000 trabajadores presentes en 78 países, habla 70 idiomas y

gestiona 54 millones de casos al año, protegiendo a sus clientes y trabajadores en todos los continentes.

Para más información visite www.allianz-assistance.es

Contactos de prensa Allianz Partners España
Irene Gallego + 650 41 02 08 irene.gallego@allianz.com
Luz Alvarez Espiga +34 91 048 12 96 luz.alvarez@allianz.com

Redes Sociales

Seguir en Facebook @AllianzAssistanceES

Seguir en Twitter @allianzassistES

Seguir en LinkedIn Allianz Partners España

Seguir en Youtube Allianz Assistance España

Seguir en Instagram @allianzassistes

Datos de contacto:

Irene Gallego
910481312

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#).

Categorías: [Nacional Madrid Seguros Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>