

## Liberty celebra los encuentros “Hablemos de clientes” para mediadores europeos centrados en conocer las necesidades del cliente final

- A los encuentros se han conectado más de 700 mediadores de España, Portugal, Irlanda e Irlanda del Norte, quienes han podido escuchar de la mano de expertos en marketing de diferentes países las claves para entender mejor las necesidades de sus clientes.
- Se trata del tercer encuentro que Liberty celebra a través de su plataforma virtual Liberty Meeting Point, su punto de encuentro y comunicación con sus mediadores europeos.

Madrid, 23 de junio de 2021

En línea con su compromiso por conocer y satisfacer las nuevas necesidades de clientes y mediadores, **Liberty ha celebrado “Hablemos de clientes”, tres nuevos encuentros llevados a cabo consecutivamente en España, Irlanda y Portugal a través de Liberty Meeting Point**, la plataforma virtual y exclusiva de sus mediadores. A los encuentros virtuales, que los mediadores han podido disfrutar con un desayuno que han recibido en sus domicilios, han asistido más de **700 mediadores europeos, quienes han podido conocer de la mano de grandes profesionales del marketing internacionales las claves para entender mejor las necesidades de sus clientes.**

Presentado en España por **Daniel Moreno**, director de Distribución del Canal Mediado de Liberty, los encuentros “**Hablemos de clientes**” han contado con la participación del irlandés **Ken Hughes**, experto en el comportamiento de los consumidores y compradores; el libanés **Nadim Habib**, profesor del Nova School of Business and Economics, y los españoles **Álex López**, experto en redes sociales y venta digital, y **Jorge Fields** emprendedor y experto en marketing. Cada uno de ellos ha compartido sus **experiencias y punto de vista en relación a la figura del cliente: cómo está cambiando**, cuáles son las **nuevas necesidades** y cómo deben hacer las empresas para adaptarse y destacar frente a sus competidores.

En concreto, **Ken Hughes** se ha centrado en hablar sobre la importancia de conectar con el cliente “las personas sienten necesidad de vínculos y para poder llegar a ellos, tenemos que alinear nuestra marca con lo que ellos buscan, quieren y necesitan; una vez conseguido esto tendremos un cliente fiel, confiado, seguro y tranquilo”. Mientras, Nadim Habib, ha compartido su punto de vista sobre cómo las compañías tienen que ser capaces de adaptarse al cambio, pensando en el cliente “lo importante es pensar en construir una cultura: aceptar el poder que tiene el cliente moderno y repensar todos los procesos en torno a su figura y no al revés, como hemos venido haciendo durante muchos años”.

Por su parte, **Álex López**, ha hablado sobre las claves para captar nuevos clientes, la importancia de estar en la mente del cliente cuando este quiera tomar una decisión y el gran papel de las redes sociales, como LinkedIn, en este proceso, “las redes sociales son un lugar muy bueno para generar networking pero sobre todo para generar confianza y credibilidad, publicando contenido de valor”.

Por último, **Jorge Fields** se ha centrado en dar las claves para destacar frente a la competencia, sobre todo en un mundo donde la digitalización está haciendo que las corredurías pequeñas se sientan indefensas. “Detrás de una correduría hay personas, hay valor y solo hay que buscar la manera de hacerlo en este mundo digital; no es fácil integrar la tecnología y sacarle el máximo partido, pero se puede hacer; es el momento de dar un paso hacia adelante”.

Desde Liberty, **Daniel Moreno** ha destacado la necesidad de que las compañías, especialmente las aseguradoras, sean capaces de adaptar su producto a las demandas, no solo de los clientes finales, sino también de los mediadores, sus principales partners, algo que la compañía hace gracias a su proceso de digitalización y bajo la filosofía ‘pay for what you need’, ofreciendo productos y servicios flexibles y modulares. “Tenemos como principal prioridad ser capaces de adaptarnos, de manera cada vez más rápida y ágil, a vuestras necesidades y estamos convencidos de que este proceso de digitalización en el que estamos inmersos nos ayudará a conseguirlo.”

### Liberty Meeting Point

“Hablemos de clientes” ha sido el tercer evento celebrado a través Liberty Meeting Point, la plataforma lanzada por Liberty el pasado mes de diciembre que funciona como nuevo canal de comunicación entre la compañía de seguros y los mediadores. La sesión se ha celebrado en tres días consecutivos para los mediadores de España, Irlanda y Portugal. El desarrollo y puesta en marcha de este tipo de iniciativas pone de manifiesto los planes de Liberty por convertirse en una auténtica aseguradora digital en la nube, un punto de encuentro donde escuchar necesidades, llevar a cabo nuevas iniciativas y dar a conocer de primera mano el producto de la compañía.

### Sobre Liberty Seguros

Liberty Seguros es la operación más grande de Liberty Mutual Group fuera de EE. UU., que incluye bajo una misma estructura legal los negocios de España, Portugal e Irlanda.

Liberty Mutual, fundada en 1912 y con sede en Boston, es la sexta aseguradora global de propiedad y accidentes por primas brutas suscritas en 2020. Cuenta con más de 45.000 empleados en 29 países y economías de todo el mundo, en los que desarrolla su actividad a través de distintas líneas de negocio, principalmente seguros de Auto, Hogar, Vida y Líneas Personales, siempre buscando la mejor experiencia para sus clientes, mediadores y empleados. Liberty Seguros cuenta con una eficaz y sólida estructura de negocio multicanal que opera a través de Mediadores y Socios, así como en Directo (teléfono y canales digitales) distribuyendo productos de distintas marcas: Liberty Seguros en Portugal y España, donde también se comercializan las marcas Génesis y Regal; y Liberty Insurance en Irlanda. Liberty Seguros opera en España desde 2001, en Portugal desde 2003 y en Irlanda desde 2011.

Con el objetivo de mejorar la experiencia de clientes y mediadores, la aseguradora ha unido estos negocios centrando sus esfuerzos en el desarrollo de sus capacidades digitales y la innovación en sus productos y servicios. Todo ello poniendo foco en las personas desde una perspectiva abierta y diversa, marcada por la responsabilidad, la mejora constante y la sencillez. Persiguiendo un mismo propósito global: “Existimos para ayudar a las personas a disfrutar el presente y mirar con confianza al futuro”.



Para más información: LLYC - Agencia de comunicación  
Tel.: +34 915 63 77 22 [liberty@llorenteycuenca.com](mailto:liberty@llorenteycuenca.com)