

Pelayo se transforma: la nueva marca pone en valor a las personas a través del diálogo

- La empresa evoluciona su marca en pleno proyecto de transformación dando respuestas a las nuevas exigencias de los clientes
- La nueva imagen de marca es más moderna y dinámica, para una empresa que sabe dialogar y escuchar
- Una evolución que busca dar respuestas y conectar con los clientes, colaboradores y empleados de una forma relevante

Madrid, 12 de febrero. - Pelayo transforma su marca en un proceso en el que han participado todas las direcciones de la compañía. Este cambio surge como una respuesta anticipada a las nuevas necesidades de las personas, lo que supone una revolución en la forma de entender los seguros y la relación con los clientes.

En un contexto en el que el cliente es más exigente, compara y analiza a la hora de elegir un seguro, la compañía decide poner el diálogo en el centro de su estrategia para poder ofrecer soluciones personalizadas, lograr mayor fidelización y mejorar la experiencia del cliente, siendo el principal objetivo el ser reconocidos como líderes en este campo.

Un proceso de cambio del que la nueva imagen es solo la punta de lanza, ya que la aseguradora está inmersa en un proceso de transformación de compañía enmarcado en el plan de negocio trienal para evolucionar hacia un nuevo modelo de relación y ser una compañía más ágil, comprometida y cercana.

Pelayo afronta el futuro queriendo convertirse en la aseguradora de referencia, estando cerca de las personas y ofreciendo respuestas claras, reales y directas. De este modo, demuestra su capacidad resolutoria, poniendo la innovación en el centro de su negocio y con el claro compromiso de acompañar a clientes y mediadores de principio a fin.

El diálogo como hilo conductor y protagonista de la nueva marca

Para ello, dentro de la nueva estrategia de Pelayo, el diálogo se sitúa en el centro y no solo con clientes y colaboradores, sino también con todos los empleados que han sido claves en este proceso de transformación, impulsado desde dentro, para ser una compañía con una cultura mucho más ágil e innovadora.

“Desde el inicio del proyecto, hace más de un año, tuvimos claro que la marca era una apuesta estratégica para la compañía y una pieza fundamental para poder impulsar la transformación empresarial de Pelayo. Por ello, la definición del concepto estratégico ‘de tú a tú’, junto con nuestros valores: agilidad, compromiso y cercanía, fueron la clave para activar el diálogo a través de nuestra marca”, explica Emma Ruiz de Azcárate, directora de Marketing de Pelayo.

Todo este proceso ha sido liderado por el equipo de marketing, de la mano de la consultora BrandFor y ha permitido comprender las fortalezas de la marca Pelayo y estudiar cómo superar los retos que la firma tiene por delante para ser cada vez más relevante y diferencial en el mercado.

Precisamente, el trabajo en equipo ha sido lo que ha ayudado a la aseguradora a entender que la oportunidad para Pelayo está en convertirse en un verdadero aliado de los clientes, mediadores y empleados, con el que se puede hablar y en el que se puede confiar.

El resultado: una nueva estrategia e imagen de marca mucho más moderna y dinámica, que refleja a una nueva Pelayo que escucha y dialoga, con un estilo y una personalidad más cercana, vitalista y dinámica. Así, la nueva identidad es más sólida, transparente y funcional, lo que permite ganar visibilidad a la vez que transmite su nuevo carácter.

Esta nueva imagen se irá poco a poco implementando en todos los puntos de contacto de Pelayo para transmitir una experiencia de marca homogénea y donde el diálogo será el verdadero protagonista.

Enlace al Video de Nueva Marca Pelayo

http://bit.ly/ply_detuatu

Sobre Pelayo:

Pelayo, aseguradora dirigida al ámbito familiar, cuenta con un amplio portfolio de productos y un servicio de máxima calidad. Con más de 1.000.000 de Clientes, Pelayo ocupa el segundo puesto en el ranking de Mutuas Aseguradoras. Pelayo destina parte de sus beneficios anuales a proyectos sociales, a través de la Fundación Pelayo, proyectos en los que también se implican los propios empleados y que se dirigen a los colectivos más desfavorecidos.


Para más información:


Gabinete de Prensa Seguros Pelayo

gabineteprensa@pelayo.com (Cristina del Campo –915920215)

Página web: www.pelayo.com
www.grupopelayo.com

 [@Pelayo_Seguros](https://twitter.com/Pelayo_Seguros)

 [pelayoseguros](https://www.facebook.com/pelayoseguros)

 [Pelayo Seguros](https://www.instagram.com/Pelayo_Seguros)