

Generali pone en valor el expertise de sus asesores en la nueva campaña de publicidad “Tus problemas son los nuestros”

- La campaña se compone de tres spots de 20 segundos en los que se hace referencia a que, en Generali, cuando sus clientes tienen un problema, este no sólo les afecta a sí mismos, sino también a su entorno y a la propia aseguradora, que los siente como propios.
- Las historias se centran en tres ramos clave para la compañía: hogar, auto, y salud. En [este enlace](#) puede verse un adelanto de la campaña.
- Los nuevos anuncios se emiten desde hoy hasta el 17 de noviembre en el grupo Atresmedia, Mediaset, Movistar y grupo Pulsa, así como en programas de máxima audiencia.

Madrid – Generali lanza hoy “*Tus problemas son los nuestros*”, una nueva campaña de publicidad con la que la aseguradora pone el foco en la importancia del factor humano a la hora de atender a sus clientes.

Generali se pone en esta ocasión en la piel del cliente: cuando uno de sus clientes tiene un problema, este no solo afecta a su persona, sino también a sus seres queridos, a su entorno y a la propia aseguradora. La campaña pone el foco en la importancia del trato que se recibe ante un imprevisto y pone en valor la labor que desarrolla su equipo de asesores, plenamente comprometido con encontrar soluciones personalizadas y adaptadas a los problemas que se presentan, y un servicio de Atención al Cliente disponible 24/7, los 365 días del año.

La campaña se emite en exclusiva en horario de máxima audiencia en los canales de Atresmedia (Antena 3, La Sexta, Nova y Neox) como en Mediaset, Movistar y en grupo Pulsa (Dmax, AXN, FOX, National Geographic. TNT, Historia, Calle13, Comedy Central, Cocina, Dkiss, Paramount, Ten, Decasa, Syfy), así como en programas de máxima audiencia.

Tres historias, un mismo protagonista

Los tres anuncios que integran la campaña destacan las coberturas de tres tipos de seguros: **Salud, Coche y Hogar**. En ellos, en una pieza de 20 segundos de duración, se expone un problema inicial que le ocurre al protagonista y que más se preocupan por él: su pareja, sus



padres, sus amigos. Pero el guiño viene cuando se descubre que uno de los afectados por este problema también es su asesor GENERALI, que acompañará a nuestros protagonistas hasta haberlo solucionado todo.

Y es que nuestros asesores se ponen en el lugar de nuestros clientes y están con ellos en todo momento para aconsejarles y acompañarlos, tanto a ellos como a los suyos, cuando más lo necesitan.

El primer vídeo, “*Tu hogar es más seguro si está siempre protegido*”, está dedicado al seguro de **Hogar** de Generali y cuenta la historia de María, a quien le han okupado la casa de forma ilegal. En el spot se pone la garantía de recuperación de la vivienda ocupada por allanamiento de Generali.

En el segundo vídeo, “*Viaja con la tranquilidad de estar siempre acompañado*”, se destaca el seguro de **Coche** para narrar la historia de Álvaro, cliente a quien se le ha estropeado el auto, pero cuenta con la garantía de asistencia en viaje y seguimiento de grúa desde la app gracias a Generali desde cualquier parte.

El tercer vídeo, “*Acceso a los mejores especialistas sin esperas*”, pone el foco en el seguro de **Salud** de Generali y cuenta la historia de David, que, pese a que se ha roto la rodilla, cuenta con una extensa red de más de 51.000 médicos especialistas, servicio de videollamada y chat médico que le ofrece su seguro.

María Babé Ayuso, Chief Customer and Marketing Officer de Generali, explica: “*En Generali, nos hemos comprometido a ser los socios de por vida de los clientes. Por eso, cuando uno de nuestros clientes se enfrenta a un problema, entendemos que no sólo les afecta a ellos sino también a su entorno. Como aseguradora, queremos poner el foco en nuestros clientes y sentir sus problemas como propios para así ofrecer la mejor cobertura y solución*”.

En [este enlace](#) se puede ver un adelanto de la campaña.

FICHA TÉCNICA DE LA CAMPAÑA

CLIENTE: GENERALI

Maria Babé: Chief Marketing Officer

Rodrigo Menéndez: Head of Brand and Performance

Susana Melendi: Brand Manager

AGENCIA: ISOBAR

Directora servicios al cliente: Violeta Puyuelo

Directora de cuentas: Cristina de Miguel

Ejecutiva de cuentas: Inés Lacalle

Director creativo ejecutivo: Álvaro Rodríguez Solano

Director creativo: Alfonso Cuenca

Copywriter: Guillermo Ley

Copywriter: Mariu Díaz



GENERALI

Art director: Ana Castrillo
Art director: Sandra Alonso

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 81.500 millones de euros en 2022. Con casi 82.000 empleados que atienden a 69 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.*