

Új Allianz márka - az élet kaland, fedezzük fel együtt!

2017-ben az Allianz anyavállalat vezetősége a korábbi Lépj bátran! márkapozicionálást továbbgondolva egy új helyet határozott meg az Allianz márka számára a globális pénzügyi szolgáltatók között: Allianz. Társ az élet útján. A megújult márkához egy új, lendületes arculat is kapcsolódik, mely 2018 elejétől válik láthatóvá az Allianz Hungáriánál.

Ebben a modern világban ahhoz, hogy megragadjuk a figyelmet, elengedhetetlen, hogy kitűnjünk a versenytársaink közül és egyedülálló szolgáltatásokat nyújtsunk számukra.

Ügyfeleink között egyre növekszik a fiatalok száma, akik egy szolgáltatással kapcsolatban már alapvető követelménynek tekintik az átláthatóságot, a könnyen kezelhetőséget és az innovatív megoldásokat. Ezért az új koncepciónk lényege, hogy a köztudatban az új arculat fiatalosabb, modernebb, közvetlenebb Allianz márkát érzékeltessen, közvetítve az emberi érzéseket, hogy még személyesebb, könnyebb kapcsolatot alakítsunk ki ügyfeleinkkel.

Az Allianz új márkaértékét három címszóban foglalhatjuk össze: **egyszerű, szimpatikus, egyedi**. Ahhoz, hogy ezeket az értékeket szemléltessük az ügyfelekkel, sokkal modernebb megjelenést választottunk. Az egyik ilyen kinézeti változás, a megszokott kék háttérben lévő Allianz logó, mely elhagyja a keretét, és csak a felirat a sas szimbólummal lesz látható, szabadabb, kötetlenebb hatást keltve. A sas, mint szimbólum mindig is határozottságot, megbízhatóságot sugallt, mivel a köztudatban is ismerté vált, ezért külön, önálló formájában is alkalmazható. Ezáltal, a bizalom ébresztése mellett, az egyszerűsége, letisztultságra és átláthatóságra lehet következtetni.

Továbbá, frissül a betűtípus, a színvilág, a képek stílusa, a nyomtatott anyagok és digitális felületek kinézete is. A betűtípus korszerűsítése során, az Allianz Sans-ról Allianz Neo-ra váltottunk. Ez az új betűtípus modernebb, tetszetősebb, mint elődje, így sokkal inkább felhasználóbarát érzést nyújt, valamint a kézírás is gyakrabban kerül alkalmazásra, ami még személyesebbé teszi az olvasó számára a közleményt. A színvilág is ezeknek a szempontoknak megfelelően került megújításra, az új színeket 3 kategóriába sorolhatjuk: gazdag és telt, lágy és nyugtató, lendületes és energikus. Tehát elég rugalmas ahhoz, hogy különböző célcsoportok között lehessen alkalmazni, és összhangban legyen a képekkel. A képek oly módon frissültek, hogy az szimpatikus legyen és kapcsolódjon ügyfeleink életéhez, cselekvést és életérzést sugallva. Lényege, hogy tükrözze a márka célját, ne pedig előre beállított képeket közvetítsen,

ábrázolja az élet nagy és kis dolgait, az izgalmas pillanatoktól a csendes szemlélődés pillanatáig.

A képek cselekvést és érzést hangsúlyoznak, így az emberek átérzik a helyzetet, vagy bele tudják magukat képzelni.

Fontos számunkra, hogy az újítással felkeltsük az érdeklődést, valamint erősítsük, mélyítsük a bizalmat a meglévő ügyfeleink körében és javítsuk a szolgáltatásainkról kialakuló képet. Így a köztudatban az új arculat fiatalosabb, modernebb, közvetlenebb Allianz márkát érzékeltessen.

Ez az átalakulás nagymértékű, emiatt várhatóan jobban felfigyelnek rá az emberek és alaposabban szemügyre veszik. Ennélfogva az érdeklődésüket is jobban megragadjuk, ami pozitív hatást eredményezhet.



**AZ ÉLET
KALAND.
FEDEZZÜK FEL
EGYÜTT!**

Allianz. Társ az élet útján.

Sajtóközlemény
2018. április 3.



További Információ:

Szabó Linda
Marketing és kommunikációs osztály
Allianz Hungária Zrt.
1087 Budapest Könyves K. krt. 48-52.
Tel.: +36-1-301-6526
Mob.: +36 20 468 8782
e-mail: linda.szabo@allianz.hu

Trubek Zsuzsa
Marketing és kommunikációs osztály
Allianz Hungária Zrt.
1087 Budapest Könyves K. krt. 48-52.
Tel.: + +36-1- 451-9 205
Mob.: +36 30 703 4906
e-mail: zsuzsa.petra.trubek@allianz.hu

2018. JANUÁR

ALLIANZ HUNGÁRIA ZRT. ALLIANZ.HU

TÉNYEK ÉS ADATOK AZ ALLIANZRÓL 2017

ALLIANZ HU

Készítette: Marketing és kommunikációs osztály

AZ ALLIANZ MAGYARORSZÁGI CSOPORTJÁNAK TAGJAI:



1. BUDAPEST: ALLIANZ SZÉKHÁZ
2. GYŐR: KÁRRENDEZÉSI IGAZGATÓSÁG
3. DEBRECEN: CONTACT CENTER
4. VESZPRÉM: ÁLLOMÁNYKEZELÉSI KÖZPONT
5. LJUBLJANA: SZLOVÉN FIÓKTELEP



130,53
milliárd forint
díjbevétel*



11,99
milliárd forint
működési
eredmény†



A magyar biztosítási piac piacvezető biztosítója†



Piacvezető a nem-életbiztosítások területén†



Az Allianz több mint **30** éve van jelen a magyar piacon



A legszélesebb módozati skálán szolgált: több mint **1000** fedezet van a portfóliójában



DÍJAK

Az Allianz lett a legjobb munkahely

AON

LEGJOBB MUNKAHELY
MAGYARORSZÁG | 2015



A legjobb magyar General Insurance Company

Az ügyfélközpontú-ságban élenjáró biztosítók között 2015-ben és 2016-ban is dobogós helyen végzett



Szolgáltatásminőségi versenyben 2016-ban 1. helyezés a vállalati vagyonbiztosítási kategóriában, további díjak személybiztosítások, lakossági vagyonbiztosítások és gépjárműbiztosítások kategóriákban



Az Év Fogyasztóbarát Biztosítója
Szakmai díj

2014-ben és 2015-ben az Év Fogyasztóbarát Biztosítója

Superbrands
13x

Superbrands
10x

*A 2016-es év alapján a Nemzetközi Számviteli Szabályok (IFRS) szerint

†MABISZ által közzétett adatok szerint:
mabisz.hu/images/stories/docs/publikaciok/evkonyv-2017-magyar.pdf