



więcej / niż standard

AXA jest stabilną instytucją finansową, oferującą produkty z zakresu ubezpieczeń na życie, zdrowotnych oraz inwestycji, a także ubezpieczenia komunikacyjne, majątkowe oraz podróże. W 2006 roku w Polsce pojawiła się marka AXA Direct, pod którą sprzedawane są ubezpieczenia komunikacyjne przez telefon oraz internet – czyli w modelu direct. W Polsce swoją przyszłość finansową zaplanowało z AXA już ponad milion klientów.



### Oferta i wartości

Polacy coraz częściej szukają finansowego zabezpieczenia przyszłości swojej i swoich bliskich. W odpowiedzi na te oczekiwania AXA proponuje nowoczesne produkty: kompleksowe ubezpieczenia oraz programy inwestycyjne i emerytalne dobrane odpowiednio do indywidualnych potrzeb i możliwości klientów.

Dla AXA niezmiernie istotna jest satysfakcja i zaufanie klientów – na podstawie ich opinii wdrażane są zmiany dotyczące obsługi, produktów i samej komunikacji. AXA jest firmą otwartą, dostępną i wiarygodną. A poprzez spójną i przyjazną komunikację chce przybliżyć klientom skomplikowany świat ubezpieczeń i finansów.

Zróżnicowany portfel produktów AXA został starannie opracowany dla klientów indywidualnych, dla małych i średnich przedsiębiorstw oraz dla dużych korporacji. Celem ponad 600 pracowników AXA w Polsce jest sprostanie oczekiwaniom klientów oraz budowanie poczucia bezpieczeństwa w codziennych sytuacjach życiowych i w przyszłości, w tym i na emeryturze.

Grupa AXA prowadzi swoją działalność w Polsce poprzez następujące spółki:

- AXA Życie Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna – ubezpieczenia ochronne, inwestycyjne i zdrowotne;
  - AXA Powszechne Towarzystwo Emerytalne Spółka Akcyjna – zarządzanie AXA Otwartym Funduszem Emerytalnym;
  - AXA Towarzystwo Ubezpieczeń i Reasekuracji Spółka Akcyjna – ubezpieczenia majątkowe, odpowiedzialności cywilnej, transportowe, osobowe, komunikacyjne i turystyczne;
  - AXA Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. – fundusze inwestycyjne oraz zarządzanie aktywami;
  - AXA Polska Spółka Akcyjna – wszystkie procesy związane z dystrybucją produktów AXA i obsługą klientów;
  - AXA DIRECT Avanssur S.A. Oddział w Polsce – ubezpieczenia komunikacyjne sprzedawane w modelu direct;
  - Inter Partner Assistance Polska – assistance, gwarantujący udzielenie natychmiastowej pomocy w miejscu, w którym znajduje się ubezpieczony.
- Zakres oferty AXA obejmuje:
- Dla Klientów indywidualnych: ubezpieczenia na życie, plany inwestycyjne, ubezpieczenia

zdrowotne, ubezpieczenia inwestycyjne, ubezpieczenia komunikacyjne, ubezpieczenia turystyczne, fundusze inwestycyjne oraz otwarty fundusz emerytalny.

• Dla Klientów instytucjonalnych: ubezpieczenia grupowe i zdrowotne dla pracowników, ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej, ubezpieczenia transportowe, ubezpieczenia NNW, ubezpieczenia turystyczne, ubezpieczenia komunikacyjne oraz ubezpieczenia mienia.

AXA w swoim działaniu kieruje się najwyższymi standardami uczciwości i rzetelności. Zobowiązanie do ich przestrzegania służy nie tylko zapewnieniu zgodności z obowiązującymi przepisami prawa, lecz także zadowoleniu i utrzymaniu zaufania klientów, akcjonariuszy, pracowników i kontrahentów.

Aby zapewnić jednakowe zrozumienie wartości i zasad funkcjonowania, AXA stworzyła Kodeks Etyczny Standardów Postępowania i Norm Etycznych, który obowiązuje wszystkich pracowników Grupy – bez względu na kraj działalności, zajmowane stanowisko czy też charakter wykonywanej pracy. Co więcej, zasady te obowiązują również osoby współpracujące z AXA, działające w imieniu lub na rzecz Grupy (czyli m.in. agentów



czy materialnej klienta. Doradcy AXA analizują szczegółowo obecne i przyszłe potrzeby oraz oczekiwania finansowe klientów po to, aby dobrać optymalne dla danej osoby rozwiązania.

### Kontekst rynkowy

Dzięki wieloletniemu doświadczeniu i stałej obecności na międzynarodowych rynkach AXA w liczbach przedstawia się następująco:

- 101 milionów klientów w 58 krajach;
- 216 095 pracowników na całym świecie;
- 1 014 mld euro aktywów powierzonych w zarządzanie;
- 90,1 mld euro przychodów;
- 3,6 mld euro wyniku technicznego.

W Polsce AXA jest w czołówce firm ubezpieczeniowych i stale umacnia swoją pozycję poprzez coraz lepsze wyniki finansowe, coraz szerszy i kompleksowy portfel produktów oraz konsekwentne budowanie wizerunku marki.

### Osiągnięcia i perspektywy

Oferta AXA – obok ubezpieczeń ochronnych, inwestycyjnych, komunikacyjnych i majątkowych – to także fundusze inwestycyjne, których sprzedaż prowadzi spółka AXA TFI.

Ponadto w 2011 roku AXA udoskonaliła swoją ofertę ubezpieczeń zdrowotnych oraz nieustannie rozwija i poszerza o nowe rozwiązania zakres oferty ubezpieczeń komunikacyjnych.

AXA jest jednym z liderów na rynku OFE – zajmuje 5. pozycję na rynku polskim pod względem wartości aktywów, z udziałem w wysokości 6,24 proc.

W 2010 roku AXA DIRECT została

wyróżniona godłem Złoty Laur

Konsumenta jako marka

ciesząca się największym

zaufaniem klientów.

AXA DIRECT jest

najszybciej rozwijającym

się ubezpieczycielem w segmencie

ubezpieczeń komunikacyjnych

dostępnych w modelu

direct, z udziałem

21 proc.

### Powody do dumy

Grupa AXA od lat

angażuje się w działalność

społeczną, traktując ją jako

swoją powinność wobec otocze-

nia. Wspiera rozwój społeczeństwa

obywatelskiego, ochronę dziedzictwa kulturo-

wego, wolontariat. Grupa AXA zrealizowała

2600 projektów społecznych, przeznaczając

na ten cel 26 mln euro. Zaangażowanie AXA

w budowanie równowagi pomiędzy interesem

ekonomicznym, ekologicznym i społecznym,

jest odzwierciedleniem wyznawanych przez

markę wartości, odpowiedzialności oraz

poszanowania interesów całego otoczenia

firmy. Dlatego firma ma świadomość, że obok

dążeń biznesowych, zobowiązania wobec

społeczności, w której prowadzi się działania,

powinny być integralną częścią strategii AXA.

W ramach międzynarodowej strategii odpo-

wiedzialności społecznej, AXA DIRECT od 2009

roku zaangażowana jest w ogólnosięciową

sieci własnej czy akwizytorów). Wartości te są fundamentem działania Grupy AXA. Bez nich długofalowy sukces na światowych rynkach finansowych nie byłby możliwy. Pozwalają one Grupie AXA wyróżnić się na tle konkurencji, budować jak najlepszą reputację oraz zdobyć zaufanie i lojalność klientów.

AXA świadczy usługi finansowe w efektywny i rentowny sposób, przy zachowaniu najwyższych standardów rzetelności i jakości. Dzięki temu utrzymuje i zdobywa zaufanie klientów, które daje marce czołową pozycję na światowych rynkach finansowych. Ten sukces firma zbudowała kierując się pięcioma wartościami:

• Praca zespołowa – pracownicy AXA biorą odpowiedzialność nie tylko za siebie, ale również za zespół, w którym pracują, dlatego swoją postawą wspierają i mobilizują innych do

wspólnego działania, rozwoju i realizacji

wyznaczonych celów.

• Innowacyjność – AXA poszukuje

nowatorskich rozwiązań, by stwarzać i wykorzystywać

nowe możliwości dla firmy, klientów i partnerów

biznesowych.

• Profesjonalizm – AXA dysponuje szeroką

wiedzą, umiejętnościami i doświadczeniem,

dlatego oferuje rozwiązania najwyższej jakości,

starannie dobierając je do indywidualnych

potrzeb klienta wewnętrznego i zewnętrznego.

• Uczciwość – AXA dotrzymuje obietnic, rzetelnie

wypełniając zobowiązania wobec

klientów, współpracowników, akcjonariuszy,

partnerów biznesowych i społeczeństwa.

• Pragmatyzm – AXA podejmuje optymalne

działania, kierując się logiką biznesową i mając

na uwadze cele firmy, klienta i współpracowników.

### Innowacje i promocje

Produkty AXA budowane są w oparciu o potrzeby rynku i klientów. Są elastyczne i mogą zmieniać się w zależności od sytuacji rodzinnej

### To, czego nie wiedziałeś

W lipcu 1985 r. Claude Bébéar, ówczesny prezes firmy, podjął ostateczną decyzję o nazwie grupy. Nazwa miała być wymawiana identycznie we wszystkich językach świata, ponieważ już wtedy planowano intensywną ekspansję na rynki międzynarodowe. Pod tą nazwą miały się zjednoczyć i dzielić wspólną kulturę organizacyjną nie tylko towarzystwa ubezpieczeniowe, ale również pozostałe sfery działalności biznesowej grupy. W 1985 r. Mutuelles Unies, wówczas największy francuski ubezpieczyciel prywatny, przyjął nazwę – AXA.

### Historia marki

► **1816:** w Paryżu powstaje Mutuelle de l'Assurance contre l'Incendie

► **1985:** grupa rozpoczyna funkcjonowanie pod nazwą AXA

► **2006:** AXA właścicielem Grupy Winterthur – w listopadzie Avanssur pod marką AXA Ubezpieczenia wchodzi na polski rynek (obecnie AXA DIRECT)

► **2007:** polskie podmioty Grupy kontynuują działalność pod światową marką AXA Bezpieczeństwo Finansowe

► **2009:** zmiana marki na AXA więcej niż standard

► **2010:** licencja i start działalności AXA TFI

akcję krwiodawstwa Hearts in Action – w Polsce działającą pod nazwą: AXA Prosto z serca. Akcja została poszerzona o kolejny program skoncentrowany na propagowaniu szkoleń z zakresu pierwszej pomocy.

Firma prowadzi też program społeczny o nazwie: AXA – Wspieramy Mamy. Jego głównym celem jest pomoc finansowa i merytoryczna organizacjom działającym na rzecz matek w Polsce. Program jest prowadzony we współpracy z Akademią Rozwoju Filantropii i skierowany do organizacji pozarządowych.

W dotychczasowych czterech edycjach programu wpłynęło około 700 wniosków o dotację. Dofinansowanie uzyskało 38 projektów.

W 2007 r. AXA podpisała umowę z Fundacją Krystyny Jandy Na Rzecz Kultury i Teatru Polonia, w wyniku której została partnerem strategicznym Fundacji. AXA jest przekonana, że dzięki swemu wsparciu na rzecz Fundacji Krystyny Jandy, będzie mogła przyczynić się do realizacji artystycznych zamierzeń teatru pełniącego funkcję kulturotwórczą, edukacyjną i opiniotwórczą.

AXA jest członkiem następujących organizacji: Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Polskiej Izby Ubezpieczeń, Izby Gospodarczej Towarzystw Emerytalnych, Limra, Polskiego Biura Ubezpieczycieli Komunikacyjnych, Fundacji Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Francuskiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Polsce (CCIFP), Polsko-Szwajcarskiej Izby Gospodarczej.

Grupa AXA, jako jedyna firma ubezpieczeniowa w Polsce, włączyła się w projekt Przyjaciele Klienta, który stawia sobie za cel edukację kadry menedżerskiej w obszarze budowania wzorowych relacji z klientami. Dla większości polskich firm najważniejszym celem marketingowym jest pozyskanie nowych odbiorców. Jedynie nieznaczny procent firm twierdzi, że najistotniejsza jest konieczność budowania relacji z klientami już pozyskanymi. Im należy poświęcić czas, uwagę i zadbać o ich potrzeby. Tylko budowanie dobrych i długotrwałych relacji z nabywcami może doprowadzić do sytuacji, kiedy to klient stanie się prawdziwym ambasadorem firmy. Dlatego też AXA nie mogło zabraknąć w tym przedsięwzięciu.

► [www.axa.pl](http://www.axa.pl)