



Prezados Senhores,

Para conhecimento e para pensar...

Muitos afirmam (e eu também) que uma das maiores propagandas que uma seguradora pode fazer ao mercado é divulgar a sua capacidade e agilidade em pagar sinistros, mostrando assim a sua importância social para a economia.

Nesse sentido, a Associação Britânica de Seguradoras (ABI, "Association of British Insurers") acaba de dar um bom exemplo dessa estratégia.

Mal as chuvas de final de ano passaram, já preparou o informativo resumo abaixo, bem didático, falando do que ocorreu, e como as suas empresas filiadas reagiram.

Ver...



[https://www.abi.org.uk/Insurance-and-savings/Topics-and-issues/Flooding/2014-floods-in-numbers?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=twitter&utm\\_campaign=Flooding%20infographic](https://www.abi.org.uk/Insurance-and-savings/Topics-and-issues/Flooding/2014-floods-in-numbers?utm_source=twitter&utm_medium=twitter&utm_campaign=Flooding%20infographic)

Cordialmente,

Francisco Galiza.

<http://www.ratingdeseguros.com.br>

<http://twitter.com/ratingdeseguros>