



## POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN

### **Objetivo.**

Definir y establecer los lineamientos destinados a la comercialización de los productos.

### **Lineamientos.**

Las condiciones comerciales y operativas deberán ser definidas por el área de negocios y aprobado por la Dirección General y Consejo de Administración.

Brindar especial atención y prioridad a los clientes, sean estos residenciales o corporativos, cuya facturación y recaudación generen el mayor porcentaje de ingresos en la organización.

Se deberá contar con los procesos y/o mecanismos necesarios a fin de garantizar la correcta comercialización de los productos.

La atención y servicio al cliente, serán acciones de alta prioridad y de carácter estratégico. La organización deberá asegurarse de que esté orientada a servir con efectividad al Cliente sea este interno o externo, utilizando normas de cortesía, amabilidad y cordialidad.

Los Centros de Atención al Cliente y áreas de atención al cliente ubicadas en las Sucursales regionales son los principales responsables de la atención al cliente y deberán estar enfocados a dirigir sus acciones hacia un servicio de carácter integral cuyo principal objetivo sea la satisfacción del cliente.

Los Centros de Atención al cliente serán creados en función de un Plan Estratégico específico de acuerdo con el desarrollo y crecimiento de la organización, tomando en consideración la cantidad de clientes existentes, el mercado, la demanda y otros factores que serán determinados por la Administración.

Todo material de Publicidad, Flyers, o cualquier información que promocióne nuestros productos y servicios, deberá estar a disposición de todos los centros o áreas de atención al Cliente, los que contarán con una cartelera, para colocar la información y/o disposiciones de carácter interno y otra para la difusión de nuevos productos y servicios, requisitos para acceder a ellos, e información y/o noticias que de alguna forma puedan afectar el servicio.

La mercadotecnia y comunicación debe ser focalizada, con una orientación hacia el fomento del consumo de los diferentes servicios que GMX Seguros ofrece o planea ofrecer, mejorar la imagen externa de la compañía o difundir información relevante para nuestros clientes.

La compañía podrá explotar la publicidad en los distintos productos y servicios siempre y cuando no atente contra la moral ciudadana, imagen e intereses de la empresa, para lo cual la administración deberá establecer las condiciones comerciales y operativas.



## POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN

La administración orientará su plan de marketing en función de los objetivos empresariales y del entorno competitivo del mercado de sus productos y/o servicios.

### **Dirección General**

GRUPO MEXICANO DE SEGUROS SA DE CV

Versión Simplificada