



*В своем ежегодном рейтинге «Лучшие мировые бренды» за 2014 год международная бренд-консалтинговая группа Interbrand оценила стоимость бренда Allianz в 7,7 млрд долларов США, что на 15% больше, чем в 2013 году. В топ-100 мировых брендов Allianz занял 55-е место, на восемь позиций выше, чем в прошлогоднем рейтинге. Динамика роста бренда Allianz ставит его в один ряд с такими глобальными брендами, как Google, Samsung и Nike.*

В настоящее время в мире более 600000 представителей бренда Allianz (сотрудников, агентов и партнеров) работают для 83 млн клиентов группы. Практически 82% бизнеса группы работает под брендом Allianz.

За известностью бренда Allianz стоит компания, которая олицетворяет собой сильные финансовые результаты, надежные инвестиции, инновационные технологии, высокое качество услуг, индивидуальные сервисы и ответственность работодателя. Это фундамент, на котором построен успех международного финансового провайдера. Бренд – это отражение этого успеха и свидетельство преданности компании своим клиентам и сотрудникам.

Interbrand – бренд-консалтинговая компания, ежегодно публикующая список самых дорогих международных брендов. Ренкинг по версии Interbrand рассчитывает стоимость бренда на основании таких критериев, как релевантность бренда, рыночная позиция, лояльность клиентов и диверсификация.

Информация предоставлена компанией

Источник: [Википедия страхования](#) , 17.10.14