El Correo de la Empresa

Periódico digital con información y noticias de las empresas más relevantes de España



jueves, 12 de septiembre de 2019

# MAPFRE es la compañía del sector seguros con la que más se relacionan los consumidores

España (EUROPA) - **La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora Minsait han presentado recientemente el estudio "Digitalización y Experiencia de Cliente", que analiza la influencia de la experiencia digital sobre la valoración de la marca. Este informe ofrece una perspectiva integral de las interacciones a través de los canales digitales entre empresas y consumidores. Para su elaboración se ha realizado una encuesta dirigida a 2.000 consumidores para conocer su experiencia con las marcas en 9 sectores de actividad: Seguros, Telco, Banca, Energía, Moda, Distribución alimentaria, Automoción, Alojamiento y Transporte.**

- *Un informe elaborado por la consultora Minsait y la Asociación DEC, realizado en España, refleja que la inversión en desarrollo digital repercute claramente en la mejor valoración de la experiencia con las compañías de seguros*

El estudio revela que la personalización es el atributo de experiencia digital que el usuario percibe como más desarrollado y el que más impacta, al valorar el grado de digitalización de la marca. La personalización se percibe de forma destacada en aquellos sectores donde el volumen de transacción es elevado y existen, además, herramientas para crear patrones de comportamiento que facilitan esta personalización, como ocurre en el sector asegurador.

publicidad

En este contexto, es interesante destacar como siendo el sector seguros uno de los que presenta un mayor grado de competencia, con más de 40 aseguradas mencionadas por los consumidores, MAPFRE se sitúa como la empresa con la que más interactúan sus clientes (22,6% de los consumidores consultados), seguida de Línea Directa (9,6%) y Mutua Madrileña (7,5%),.

Por lo que respecta a los canales que elige el consumidor para interactuar con la marca, en el mundo del seguro prevalecen los canales tradicionales como el telefónico, ante los digitales como webs y apps, debido a que sus interacciones están relacionadas, principalmente, con la gestión de incidencias personales. Aspecto en el que, hasta la fecha, se desmarca el sector bancario, donde las apps han ganado protagonismo.

publicidad

Otro apartado del informe demuestra para que se usa realmente cada canal: consulta, compra, gestión y reclamación. En este

último destaca que, a la hora de reclamar, los usuarios prefieren el trato directo a través del contacto humano, por ello eligen preferentemente el canal físico y telefónico, utilizando la vía digital mayoritariamente para la consulta, como son las simulaciones y presupuestos. Aunque hay que tener en cuenta que los denominados nativos digitales, personas con edades entre 18 y 24 años, acuden a los canales digitales con más frecuencia que el conjunto de la población a la hora de relacionarse con las aseguradoras, sea cual sea el motivo.

Una de las principales conclusiones que refleja el estudio, es que la experiencia digital y el uso intensivo de los canales digitales son un claro generador del valor de la marca. Por ello, el mundo asegurador, que ha sido un sector tradicionalmente físico, se encuentra inmerso en una profunda transformación del negocio, dotando de gran importancia al desarrollo de una estrategia digital.

Además, el estudio desvela un avance sobre las tendencias futuras, en el que la Experiencia de Cliente juega un papel fundamental, debido a que es un territorio propicio para la innovación, que conjuntamente con las mejoras tecnológicas son capaces de convertir hábitos aburridos en entretenidos, descubrir patrones de comportamiento y generar nuevas propuestas de consumo de bienes y servicios. Ejemplos claros son asistentes virtuales, realidad aumentada, geomarketing, identificación geométrica y personalización de productos, entre otros.


## TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR

**Únete al Club Empresarial RoiPress de relaciones corporativas y prospera con tu empresa. ¿O es que quieres quedarte al margen de los negocios?**

El Club Empresarial RoiPress *NO ES UNA SUSCRIPCIÓN A NOTICIAS*, es un club virtual que está auspiciado por agencia de noticias RoiPress para su desarrollo, sus actividades son privadas y totalmente independientes a la agencia de noticias.

**Sus socios son empresarios y altos directivos** de distintas ubicaciones geográficas interesados en formar parte de esta estructura de relaciones personales, sociales y de negocios, sin que ello les suponga más compromiso que el que ellos mismos decidan adquirir a través de sus niveles de implicación como socios y su participación en las actividades ocasionales del Club Empresarial, como por ejemplo:
·>**Acciones de Negocio Activo** (Desayunos de prensa, Jornadas sectoriales, Encuentros de desarrollo, etc.)
·>**Relaciones Sociales Amistosas** (Encuentros, Comidas, Torneos deportivos, Proyectos compartidos, etc.)
·>**Eventos Lúdicos y de Ocio** (Rutas, viajes, actividades culturales, etc.)

Y mucho más... **Registrate gratis desde aqui** para disfrutar de los beneficios de ser socio/a.

Libre de virus. www.avg.com



Noticias más recientes · · · · · · · · · · · · · · · PORTADA DE HOY · · · · · · · · · · · · · · · Noticias anteriores



**Otros están leyendo esto**

El CIES eleva la certificación 'QSostenible' de 20 de los establecimientos de ILUNION Hotels en España
España (EUROPA) - El Consejo Internacional de Empresa Sostenible (CIES) ha elevado la certificación QSostenible de 20 establecimientos de IL...

WRH Global Ibérica estará presente por primera vez en la feria Empack & Logistics Oporto 2019
EUROPA - WRH Global Ibérica estará presente por primera vez en la feria Empack & Logistics Oporto 2019, cita indispensable para los p...

MAPFRE es la compañía del sector seguros con la que más se relacionan los consumidores
España (EUROPA) - La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) y la consultora Minsait han presentado recientemente e...

La cadena estadounidense KFC estrena su nuevo concepto de tienda en Alemania
Alemania (EUROPA) - Una mezcla de madera, colores cálidos y estilo industrial, además de fotos originales y citas del fundador de la empresa...

Linneo Health, la empresa de Juan Abelló, lanza a la venta cannabis medicinal en España
El empresario español Juan Abelló es el propietario de Linneo Health junto con el fondo britanico GHO España (EUROPA) - La empresa Linneo ...

Guillaume Girard-Reydet, nombrado nuevo Director General de Pernod Ricard Iberia
EUROPA - El Grupo Pernod Ricard ha nombrado a Guillaume Girard-Reydet nuevo Director General de Pernod Ricard Iberia. Guillaume procede de P...

ViajeLogia.es hace recuento de un verano de récord en la Costa del Sol española
España (EUROPA) - El portal de viajes por España , ViajeLogia.es, cumple ya 5 años de trayectoria que celebra con un repaso a las activid...

"Registro y Objetivos" es la nueva funcionalidad de 'Cezanne HR' para mejorar el valor de las revisiones del desempeño
España (EUROPA) - Las organizaciones de alto rendimiento han reconocido, desde hace tiempo, la importancia de mantener conversaciones regul...

Factores SEO que debes tener en cuenta para 2020 según la consultoría RubénSantaella.es

España - La Agencia de Marketing Digital RubénSantaella.es , consultor SEO en Málaga , comparte los principales factores SEO que debemos...

Finquest, la principal empresa de datos masivos e inteligencia artificial, abre una nueva oficina en París

París, Francia (EUROPA) - Desde la apertura de sus oficinas en Europa el año pasado, Finquest ha visto incrementar la demanda por parte de ...

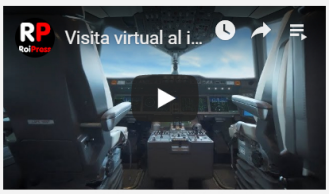
**Buscador de noticias**

Buscar

Contacto y envío de notas de prensa · Aviso legal y política de privacidad

©2019. Se permite la reproducción, divulgación y reseñas haciendo mención de la fuente, incluyendo medios y redes sociales. Se manifiesta oposición expresa y se prohíbe la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad con fines comerciales o directa y/o indirectamente lucrativos.

NO nos hacemos responsables de las opiniones vertidas en los comentarios de noticias, blogs enlazados, imágenes, vídeos... y, en definitiva contenidos, ya sea multimedia, visual, sonoro o texto enviado por las empresas en comunicados, notas de prensa, etc. o por los usuarios y visitantes, reservándose el editor la libertad para desactivar y eliminar los contenidos y/o comentarios cuando se considere oportuno.




Vídeo noticias por cortesía de agencia RoiPress