

# Negocios DEL MUNDO

El diario internacional con las noticias del mundo empresarial



Canal de vídeo noticias por cortesía de la agencia RoiPress

Seleccionar idioma ▼

|               |               |             |       |             |                      |       |                |        |
|---------------|---------------|-------------|-------|-------------|----------------------|-------|----------------|--------|
| SECCIONES     | PORTADA       | ÁFRICA      | ASIA  | AUSTRALIA   | CANADÁ               | CHINA | ESTADOS UNIDOS | EUROPA |
| LATINOAMÉRICA | PAÍSES ÁRABES | REINO UNIDO | RUSIA | ENTREVISTAS | Descarga nuestra APP |       |                |        |

**Viernes**  
13 de Septiembre  
**2019**  
[VER PORTADA](#)

SUSCRIBIRSE

Email address...

LO MÁS LEÍDO



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 británico GHO España (EUROPA) - La em...



Rodrigo Ruiz, el mexicano que quiere llevar sus robots al espacio MÉXICO - Como buen

emprendedor, Rodrigo Ruiz ha aprendido del fracaso y sabe lo que es morir de éxito. Después de trabaj...



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...



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...



China Telecom desarrollará tarjetas SIM listas para 5G y habilidades para operar con

plataformas blockchains CHINA - La empresa estatal de telecomunicaciones, China Telecom, reveló sus planes para desarrollar tarjetas SIM listas para 5G y...



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

s España - La Agencia de Marketing Digital RubénSantalla.es, consultor SEO en Málaga, comparte los principales fac...

¿CUANTO CUESTA UN SOFTWARE PUNTERO EN GESTIÓN COMERCIAL Y CONTABILIDAD?

299€  
9.99€  
390€

¿BUSCAS UNA NOTICIA? PRUEBA CON NUESTRO BUSCADOR DE NOTICIAS

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.

**fusiónLab**  
neuromarketing aplicado

Mirar por dentro, Actuar por fuera

fusioncomunicacion.es

publicidad

En este contexto, es interesante destacar que siendo el sector seguros uno de los que presenta un mayor grado de competencia, con más de 40 aseguradoras 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 PwC (16,6%), Deloitte (15,6%) y EY (15,6%).

FusiónLab



Laboratorio de neuromarketing aplicado

Libro PÍMEZ de la FAMA



Accede aquí a la edición 2019

Ciudad con Alma



Accede aquí a la edición online

Comunicación Empresarial



Disponible en España y Latam



Simón Borrero, el colombiano y fundador de la aplicación 'Rappi' invita a los jóvenes

mejicanos a correr riesgos y emprender

México - El fundador de la aplicación Rappi, Simón Borrero, hizo una invitación a los jóvenes mexicanos que tengan la inquietud de ...



"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 mante...



La compañía 'Proofpoint' presenta importantes novedades en ciberseguridad

para protección frente a ataques dirigidos

Proofpoint, una de las empresas líderes en ciberseguridad y cumplimiento normativo, ha lanzado numerosas innovaciones centradas en ...



Alibaba se prepara para lanzar la venta online de productos rusos en China

CHINA / RUSIA -

El gigante chino de comercio electrónico Alibaba está considerando comenzar una plataforma en línea para vender pr...



Compramos su Nuda Propiedad - y siga Viviendo en su Casa

Mejore la Calidad de vida Vendo su Vivienda y siga Disfrutando de ella. prindivisoyprestamos es

consumidores consultados), seguida de Línea Directa (9,6%) y Mutua Madrilenia (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... **Regístrate gratis desde aquí** para disfrutar de los beneficios de ser socio/a.



Libre de virus. [www.avg.com](http://www.avg.com)

Califica la noticia: ☐ buena (0) ☐ mala (0)

**No hay comentarios:**

**Publicar un comentario**

Introduce tu comentario...



Comentar como:manuel@nort3 ▾

Cerrar sesión

Publicar

Vista previa

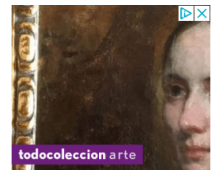
☐ Avisarme

NOTICIAS ANTERIORES \* \* \* \* \* PORTADA \* \* \* \* \* NOTICIAS SIGUIENTES

**SUSCRÍBETE AL BOLETÍN DIARIO**

Email address...

Submit



facebook



twitter



LinkedIn



 [Seguir a @NegocDelMundo](#)

**¡AVISO!**

COPYRIGHT ©2014-2019. Se permite la reproducción, divulgación y reseñas exclusivamente para fines no lucrativos ni comerciales, ya sea directa o indirectamente, 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.

EN TODO CASO SE INFORMA Y SE PONE EN CONOCIMIENTO DE LOS LECTORES DE ESTE MEDIO que NO nos hacemos responsables de las opiniones vertidas en los comentarios de noticias, blogs enlazados, imágenes, videos... 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.