

ECOSISTEMA DIGITAL

Soluciones de gestión comercial y de la relación con el cliente:



■ **CRM:** registran y administran la actividad comercial de cada cliente y establecen la base del sistema de información que utilizará el departamento comercial para su atención en forma de campañas comerciales o para alimentar otras aplicaciones dirigidas a mejorar y personalizar la experiencia del usuario.

Soluciones dirigidas a la atención y el servicio al cliente:



■ **Plataformas web de autoservicio/oficinas virtuales:** dan al cliente la posibilidad de ver su cartera de seguros (consultas de pólizas, recibos, siniestros, etc.), realizar las gestiones más habituales con la correduría (cambio de datos, petición de suplementos, modificación del riesgo, etc.) y dar de alta partes de siniestros, principalmente.



■ **App móvil de oficina virtual:** es la versión móvil de la oficina virtual pero a diferencia de esta constituye un canal más directo y personal. Permite establecer una relación más próxima con el cliente y obtener el máximo provecho de las notificaciones Push, que pueden utilizarse tanto como avisos de gestión como en forma de avisos comerciales.

Soluciones dirigidas a la venta:



■ **Sistemas de tarificación online:** pensadas para el cliente final, ofrecen una experiencia de autoservicio sencilla. Además se pueden incrustar en la web de la correduría para disponer de un canal directo de venta, colocarse en un entorno de affinity o bien integrarlo en las soluciones web y apps de oficina virtual para que el cliente pueda contratar nuevos productos desde su área privada o dispositivo móvil.



■ **Sistemas de gestión de cotización para clientes:** Tienen la misma filosofía que los tarificadores para clientes finales pero solo son válidos para aquellos productos que no pueden ser tarificados ni contratados online.

Fuente: MPMSoftware.

DATOS Consumo móvil y app



150 VECES miramos el móvil al día y le dedicamos **177 MINUTOS**



6 DE CADA 10 usuarios han comprado alguna vez desde sus dispositivos.

Fuente: Ditrencia.

EL MÓVIL EN ESPAÑA



es el porcentaje de teléfonos móviles inteligentes que hay en España, lo nos sitúa en la primera posición a nivel europeo.



de los españoles tiene un smartphone, mientras que solo el 73% tiene ordenador.



de los jóvenes de 10 a 14 años cuenta con un teléfono de última generación con conexión a Internet. En España, los niños de 2 a 3 años utilizan habitualmente el móvil de sus padres.

dulce”. El SMS también puede ir dirigido al taller o el reparador correspondiente. A partir de ahí, el sistema identifica y posiciona el teléfono y cita al interesado para realizar para la peritación a la hora acordada. Para un mejor funcionamiento incluso en redes 3G, el canal de voz es independiente del de vídeo que no es bidireccional, por lo que sólo se transmite desde el móvil a la entidad aseguradora. “Así, se consumen menos datos. Además, la aplicación permite la captura de fotos tanto en el momento de la emisión como a posteriori y es auditable en todo momento, ya que la compañía puede conectar en directo o revisar después la grabación para comprobar cómo se ha realizado la peritación”.

De esta forma, también se podría evitar el fraude en la te-

leperitación “porque es muy habitual”, afirma Rabassa. Y se podrían investigar siniestros que ahora se dejan fuera del procedimiento por razón de costes. “En hogar, por ejemplo, el coste medio de los siniestros es de 325 euros y por debajo de esa cantidad se suelen pagar directamente”.

Por otra parte, este sistema brinda a los mediadores de seguros la posibilidad de ofrecer al cliente un servicio más completo y rápido, ya que para seguros como los de auto en la modalidad de terceros ampliado, la plena entrada en vigor de las coberturas requiere una comprobación posterior del vehículo en el taller. “Algunas corredurías se están planteando pedir autorización a la aseguradora para utilizar nuestro sistema”, asegura Rabassa. / MED

OPINIÓN



ROMÁN MESTRE
ASESOR DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA
DEL COLEGIO DE BARCELONA.

LA TECNOLOGÍA 'PER SE' NO SIRVE PARA NADA

Vivimos el momento de probablemente mayores cambios en el entorno de nuestra historia. Economía, clientes, instituciones, sociedad, ... Todo nuestro ecosistema está inmerso en un proceso evolutivo sin igual que tiene a la tecnología como principal impulsor.

Esta vorágine instala a las empresas en una complicada encrucijada. Hay que subir al tren de la tecnología ¿pero a cuál de ellos? Porque las opciones disponibles cada vez son mayores, variables y se suceden a más velocidad ¿Es por fin el momento de utilizar un CRM? ¿Y un CEM? ¿Actualizar el multitarificador? ¿Ofrecer aplicaciones móviles? ¿Videopersonalización? ¿Soluciones eClient? ¿Big data? ¿Geolocalización? ¿Bit coins? ... Y cómo no se puede abarcar todo, el verdadero reto tecnológico al que se

enfrenta la mediación es seleccionar la solución correcta. Porque, en el fondo, la tecnología no es más que una herramienta al servicio de la empresa, una parte más del engranaje de la cadena de valor. Y a la hora de tomar la decisión, lo primero que uno debe preguntarse es qué eslabón de esa cadena es el que requiere mayor atención. Estudiar y analizar las soluciones posibles, y seleccionar la que mejor se adapte según presupuestos, resultados esperados, coste de implantación, de aprendizaje, ... cuantas más variables, mejor.

Sólo así se puede estar seguro de subir al tren correcto, el que lleva a buen puerto. En caso contrario, estaremos sucumbiendo a modas pasajeras que a la práctica no aportan valor a nuestro negocio, porque la tecnología per se no sirve de nada..