

Digitalización 360°

Optimización de la
Experiencia del Cliente



La dinámica de la transformación digital debe trasladarse a todos los servicios de valor añadido, incluidos los programas de seguros.

La rápida evolución de la exigencia por parte de los clientes, combinada con la profunda disrupción provocada por la COVID-19 ha impulsado al mundo hacia la adopción masiva de las tecnologías digitales. Los seguros, ya sean como parte de la actividad principal de la empresa o como un servicio de valor añadido, no son una excepción.

La aceleración de la digitalización de los últimos años se ha precipitado como consecuencia del coronavirus. En la mayoría de los sectores en Europa, se hubieran necesitado entre dos y tres años para conseguir las tasas de adopción digital obtenidas durante la pandemia¹.

Digitalización u obsolescencia

Se ha producido un cambio significativo en el comportamiento del consumidor, que seguirá evolucionando durante los próximos meses y años. A raíz del aumento de la conectividad, los consumidores están ahora más informados y son más exigentes en cuanto a la forma en la que esperan interactuar con las empresas².

Por ello, compañías de diversos sectores están buscando formas de satisfacer esta demanda digital en cada una de las interacciones con sus clientes.

Según un reciente informe de Euromonitor International³, una de las principales tendencias de consumo digital en 2021 es el «equilibrio digital»: las empresas intentan satisfacer simultáneamente las necesidades de los consumidores digitales más sofisticados y de los que se conectan a Internet por primera vez. El reto al que se enfrentan para obtener el grado óptimo de sofisticación y simplicidad digital en los múltiples puntos de contacto de su negocio es significativo. Esto se aplica tanto al producto principal como a los programas de seguros Affinity.

“

En la mayoría de los sectores en Europa, se hubieran necesitado entre dos y tres años para conseguir las tasas de adopción digital obtenidas durante la pandemia”.



El 65 % de los nuevos usuarios de seguros digitales tiene previsto seguir utilizando los servicios digitales en la misma o en mayor medida después de la pandemia, según la encuesta de McKinsey sobre la migración digital en Europa durante la COVID-19⁴. Aunque es una noticia positiva, es importante tener en cuenta que aunque se siga comprando digitalmente, eso no significa que el consumidor se mantenga fiel a su proveedor habitual.

Una mala experiencia de usuario, como la dificultad de uso de un sitio web, es una de las principales causas de insatisfacción y pérdida de clientes. Las soluciones tecnológicas de alta calidad son imprescindibles para garantizar que el proceso de compra del cliente sea lo más intuitivo y fluido posible.

Las empresas que venden seguros junto con sus productos principales deben centrarse en rediseñar sus soluciones de seguros para el mundo pospandémico. Esto requerirá acelerar las inversiones en estrategias digitales, análisis de datos y la actualización de las plataformas tecnológicas. Estas premisas serán parte integral de la transformación.

El enfoque omnicanal

Aunque la transformación digital es clave para mantener la competitividad, es importante que las empresas entiendan que los canales digitales no sustituyen a los tradicionales. Reconocer que los clientes siguen prefiriendo la comunicación omnicanal es lo que determinará el éxito.

Un 75 % de los clientes afirma que cambiaría de proveedor si no dispusiera de un servicio omnicanal e integrado⁶. En consecuencia, las empresas no pueden considerar las interacciones digitales con el cliente de manera aislada. La investigación revela que aquellas empresas que lideran la digitalización desde un enfoque omnicanal generan de media cuatro veces más ingresos que aquellas con estrategias independientes para cada canal⁷. Es esencial poder combinar de manera ágil los distintos canales según la preferencia del cliente.

“

Las empresas que venden seguros junto con sus productos principales deben centrarse en rediseñar sus soluciones de seguros para el mundo pospandémico”.



Facilitar la digitalización con soluciones de seguros basadas en la tecnología

El aumento de los consumidores con conocimientos digitales y exigencias cada vez mayores brinda a las organizaciones la oportunidad de ofrecer a sus clientes una experiencia digital excepcional. Sin duda, en cuanto a los programas de seguros Affinity, un enfoque ágil, basado en el análisis de datos y centrado en las necesidades del cliente, permitirá a las empresas encabezar la carrera digital.

Las soluciones de seguros habilitadas a través de la tecnología son la clave para conectar todos los elementos de la cadena de valor, asegurando que haya siempre una solución óptima y rentable disponible.

Willis Towers Watson Affinity realiza consultas con organizaciones para asegurarse de que sus programas de seguros sirven como una extensión útil y creíble de su negocio, capaz de mejorar los índices de satisfacción de los clientes y promover la retención de clientes a largo plazo.



Fuentes

- ¹McKinsey & Company, 2020. COVID-19 Digital Sentiment Insights Survey.
- ²McKinsey & Company, 2020. Adapting customer experience in the time of coronavirus.
- ³Euromonitor International, 2021. Top Five Digital Consumer Trends in 2021.
- ⁴McKinsey & Company, 2020. Europe's digital migration during COVID-19: Getting past the broad trends and averages.
- ⁵Finaccord, 2019. Digital Insurance Metrics: Consumer Approaches to Emerging Distribution and Servicing Models in Selected Global Markets.
- ⁶Capgemini Research Institute and Elma, 2020. World Insurance Report 2020.
- ⁷McKinsey & Company, 2020. The Next Normal. The Recovery will be Digital.

Sobre Willis Towers Watson

Willis Towers Watson (NASDAQ: WLTW), empresa líder en consultoría global, broking y soluciones, ayuda a los clientes de todo el mundo a convertir el riesgo en un camino hacia el crecimiento. Con raíces que se remontan a 1828, Willis Towers Watson tiene 40 000 empleados que atienden más de 140 países. Diseña y ofrece soluciones que gestionan el riesgo, optimizan los beneficios, desarrollan el talento y potencian la capacidad del capital, para proteger y fortalecer a instituciones y particulares. Su punto de vista le permite conocer la conexión entre el talento, la experiencia y el conocimiento: una fórmula dinámica que potencia los resultados y el futuro crecimiento del negocio. Juntos, liberamos el potencial.

Obtenga más información en willistowerswatson.com. Copyright © 2021 Willis Towers Watson.

Todos los derechos reservados



willistowerswatson.com/socialmedia

Copyright © 2021 Willis Towers Watson. Todos los derechos reservados.

willistowerswatson.com

Willis Towers Watson 
Affinity