

Multiplica impulsa la transformación digital del sector asegurador en Insurance Revolution

La quinta edición del Insurance Revolution, organizado por iKN Spain, se celebró con gran éxito el pasado jueves en Madrid. El evento, que se considera una de las citas más importantes en el mundo de las aseguradoras, ejerció una vez más de punto de encuentro sobre digitalización para todos los profesionales de este sector

La quinta edición del Insurance Revolution, organizado por iKN Spain, se celebró con gran éxito el pasado jueves en Madrid. El evento, que se considera una de las citas más importantes en el mundo de las aseguradoras, ejerció una vez más de punto de encuentro sobre digitalización para todos los profesionales de este sector.

Multiplica, consultora digital con casi 20 años de experiencia en el mercado, participó en el panel sobre disrupción digital y nuevos desafíos en innovación. El evento estuvo marcado por el surgimiento de las llamadas insurtech, compañías start-up que han revolucionado el mercado asegurador dado su compromiso con el ecosistema digital y los hábitos de consumo de las nuevas generaciones. Judith Ruiz de Esquide, Country Manager de Multiplica Talent, participó como speaker en el panel y detalló varias mejoras que las grandes aseguradoras deben tener en cuenta a la hora de navegar un entorno en el que las expectativas del cliente son cada vez más concretas.

Ruiz de Esquide explicó que para tener éxito en la captación y fidelización de nuevos clientes en el sector “hay que ponerle las cosas fáciles al cliente”. Destacó la importancia en la comercialización, contratación y posterior gestión de seguros de la omnicanalidad y las interfaces conversacionales. En su opinión, “los tediosos formularios informáticos tienen que terminar: ya hay ejemplos de aseguradoras que permiten contrataciones en tiempos récord, y sin salir del canal digital en cuestión”. Además, comentó la necesidad de acercarnos a los clientes del sector asegurador con un lenguaje cercano, user-friendly e informal, no solo como estrategia para aumentar tasas de conversión, sino como un componente clave de la imagen de marca.

Como comentó Enrique Gómez, CCO en Zurich Seguros y moderador de la sesión, la personalización es uno de los “santos griales” del foco en el cliente. Todos los asistentes coincidieron en la importancia de contar con herramientas que permitan amoldar las plataformas digitales al usuario que las visita. Judith Ruiz de Esquide especificó que algunas capas de inteligencia, como la recomendación inteligente, la visibilidad automatizada, o los precios dinámicos son cruciales a la hora de aumentar tasas de conversión en el sector asegurador. Como bien detalló la ponente, personalizar y poner al cliente en el centro no consiste solo en llamar al cliente por su nombre, sino que hay que llevarlo mucho más allá.

El diseño de la experiencia de usuario y la optimización de la interacción del cliente con las plataformas online fueron el último tema a tratar. Los usuarios reclaman cada vez más experiencias fluidas en las que el site reconozca sus expectativas y necesidades. Ruiz de Esquide destacó la urgencia en el sector de diseñar plataformas digitales que ofrezcan experiencias en tres dimensiones: relevantes,

persuasivas e inteligentes. “Debemos ser capaces de combinar investigación con datos para entender cómo interactúa el cliente con nuestro site, qué es lo que busca cuando nos visita, y cómo podemos ofrecerle aquello que todavía no sabe que quiere adquirir”, concluyó la ponente.

Datos de contacto:

Marc Solanes
617338226

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing E-Commerce](#) [Seguros Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>