

## **INNOVACIÓN ASEGURADORA ENTREGA LOS PREMIOS A LAS ENTIDADES CON MEJOR POSICIONAMIENTO EN INTERNET EN EL FUJITSU WORLD TOUR**

- *En la categoría general fueron reconocidas AXA, Santalucía, Direct Seguros, Plus Ultra y Sanitas*
- *Junto con la entrega de premios tuvo lugar una jornada sobre los retos y tendencias del usuario en seguros*

El Fujitsu World Tour, celebrado ayer en Madrid, acogió la entrega de premios del Ranking Fujitsu de Presencia en Internet de Entidades Aseguradoras, en un acto que suscitó el interés de un gran número de profesionales relacionados con el sector asegurador que se acercaron a IFEMA para presenciar esta entrega de premios, que reconocen el esfuerzo de diferentes compañías por mejorar su posicionamiento en la Red durante el último año.

Innovación Aseguradora, entidad responsable de la elaboración del Ranking, reconoció a AXA, Santalucía, Direct Seguros, Plus Ultra y Sanitas como las aseguradoras más destacadas en el global de 2013 del Ranking. En la categoría de página web las mejores aseguradoras de 2013 fueron DKV, AMA, Fenix Directo, Genesis/Liberty y Previsora General. En el ámbito de la atención al cliente las galardonadas fueron Arag, Mutua Madrileña, Asefa, Caser y Reale, y por lo que respecta a presencia en redes sociales las más destacadas de 2013 fueron Catalana Occidente, CESCE, Lagun Aro, MGS y Fiatc.

Estos galardones culminan la serie de las cuatro oleadas anuales que realiza Innovación Aseguradora, y que desde el presente trimestre ha aumentado el número de criterios evaluados hasta más de un centenar, tal como explico Carlos Font, coordinador de estudios de IA. Font señaló que estos cambios han sido implementados con el objetivo de ofrecer unos resultados lo más objetivos posibles, teniendo en cuenta los cambios que el mercado asegurador ha experimentado desde que se puso en marcha el Ranking, hace cuatro años.

Previamente a la entrega de premios Carlos Albo, CEO de Exponent Consultores, expuso su visión sobre los retos y tendencias en la experiencia del usuario en seguros. Albo destacó conceptos como la personalización de productos, la simplificación de los mensajes de las entidades de cara a sus clientes y la contextualización de las ofertas aseguradoras a las necesidades específicas de los clientes. En cuanto a las tendencias futuras del mercado asegurador destacó, por un lado, el concepto de "autoservicio", en el sentido de facilitar al máximo la compra del producto asegurador a los consumidores, así como el reto que supone adaptarse al uso de los dispositivos móviles, pero no como una moda, sino como una forma de facilitar la compra.

Los desafíos para el sector asegurador, según el CEO de Exponent, son la adaptación a la multicanalidad, que no supone una multiplicación sin más de los canales de venta, sino una coordinación efectiva entre los mismos, con información compartida e inmediata, máxime cuando se dan fenómenos como la "crosscanalidad", mediante el cual un consumidor comienza su proceso de compra a través de Internet y lo finaliza, usualmente, offline. Otro de los retos de las aseguradoras es que la información debe fluir internamente por todos los departamentos, evitando los llamados "silos de información", con el fin de procesar todos los datos que se posean del usuario para facilitarle su experiencia como cliente. Y todo ello con un lenguaje sencillo y comprensible, poniendo a disposición del usuario todas las herramientas que solicite para su compra y personalizando las ofertas que se le brindan.

Por su parte Álvaro Tamayo, ingeniero de Fujitsu, presentó las soluciones de la multinacional para mejorar la experiencia de usuario, en línea con lo expuesto por Albo en el apartado de retos para las aseguradoras. Tamayo destacó las soluciones tecnológicas que Fujitsu puede aportar al sector asegurador para asegurar una buena experiencia de usuario, la gestión de la información de la multicanalidad y el big data