

Por Beatriz Navarro

La importancia del marketing y la publicidad para que una empresa prospere es algo por todos conocido. Las grandes aseguradoras saben de la importancia de usar estos canales, tanto online como offline, para estar presentes en las vidas, cada vez más digitales, de sus clientes.

El sector de los seguros está viviendo una intensa transformación y se prevén cambios constantes como consecuencia de la presencia online de empresas y consumidores. La transformación digital y las estrategias de marketing en la mediación de seguros constituyen dos herramientas clave para la adecuación de este sector a las necesidades del mercado actual.

El consumidor y los mercados están cambiando debido a Internet y las nuevas tecnologías. Esto hace que las compañías de seguros deban desarrollar su identidad digital tomando como ejes fundamentales el cliente y la innovación tecnológica. Es aquí cuando el marketing de seguros toma especial importancia para saber qué quieren los clientes, hacerles llegar el producto y que el proceso de compra sea fácil y satisfactorio.

Existen grandes oportunidades para que las compañías de seguros obtengan resultados significativos poniendo en marcha estrategias de marketing centradas en darle mayor valor al asegurado sin dejar a un lado, claro está, los objetivos de la marca.

**Ruptura del silencio** Mejor comunicación con nuestros clientes. Mayor número de canales y más formas de estar en contacto con ellos, lo cual enriquece sin duda la comunicación y facilita el contacto, un contacto, además, de forma inmediata, en tiempo real

**Innovación en oferta** A través de la participación del cliente y el diseño mejorado del producto utilizando análisis social, posibilidades de conocer lo que piensan o necesitan de nosotros los clientes, lo cual nos posibilitará identificar nuevas oportunidades de mercado y tomar decisiones estratégicas, mayor acceso a la información de nuestros productos y servicios (novedades, ofertas, concursos,...) por parte del cliente

**Transformación de suscripción** A través de análisis de fraude en medios de comunicación social, mejorando la rentabilidad a través de la búsqueda de perfiles de riesgo social

**Mejora de la eficiencia operativa** Mejora del proceso de venta mediante análisis social

**Mejora del valor de marca** A través de información relevante, llegar a los amigos de nuestros clientes y difundir nuestra filosofía de compañía, nuestros productos/servicios, nuestras ventajas,... La viralidad de las redes sociales constituye un elemento clave y beneficioso a la hora de amplificar nuestro mensaje

**Llegar a muchos mas clientes** Al final lo que nos interesa, es que nuestros clientes, en potencia y en acto, entren en nuestra "tienda" a través de nuestra web, se paseen entre nuestros productos, hablen con nosotros sobre ellos y nos pregunten cuál les encaja más. Este último aspecto, el asesoramiento a partir del conocimiento del cliente y sus necesidades, es fundamental dentro del canal mediación del Sector Asegurador. Finalmente, si somos capaces de ofrecerle el seguro que mejor le encaja y le beneficia, llegará la venta

[Leia aqui na íntegra.](#)

**Fonte:** [FUTURE](#), Blog de innovación para el sector asegurador, em 20.02.2017.