Así se crea una experiencia de cliente diferencial en el sector asegurador

Visión estratégica Minsait

De Customer Journey a Customer's life
Relación basada en el entendimiento de su experiencia e identificación de momentos vitales

Conocimiento del cliente
Ciclo continuo de recogida, análisis y explotación de información

Servicio al cliente
Atención personalizada e inmediata

Modelo de gobierno
Visión común de toda la organización, plataformas colaborativas y perfiles digitales

Momentos innovadores y contextuales

Compra de un coche → **Seguro de automóvil**

Reserva de vacaciones → **Seguro de cancelación**

Catástrofe natural en el país de destino de vacaciones → Servicio de asesoramiento

Unión a una federación deportiva → **Seguro de accidente**

Nacimiento de un hijo → **Seguro de salud familiar**

Adopción de una mascota → **Seguro de RC de mascotas**

Inicio de los estudios de un hijo → **Seguro de ahorro infantil**

Cambios en el sistema educativo que alarguen los estudios → Servicio de asesoramiento

Compra de una vivienda → **Seguro de hogar**

Aumento de la inseguridad en el barrio → Sistema de Alarma

Obtención del carnét de conducir de un hijo → **Seguro de auto**

Adquisición de objetos de valor → **Seguro de robo**

Tecnologías

Inteligencia Artificial
El cerebro de la atención al cliente que procesa y enlaza la información obtenida en múltiples fuentes con los momentos vitales

Plataformas Conversacionales
Los chatbots personalizan la interacción con el cliente y ofrecen una atención más cercana y ágil

CRM
Centro maestro de toda la información relacionada con el cliente y sus interacciones

Internet of Things
Permite obtener datos de la vida de los clientes para ofrecer nuevos seguros adaptados a los hitos personales

Fuente: Minsait