

## **Cómo afrontan los mediadores de seguros el Estado de Alarma, según wefox**

**Disponer de una operativa digital, identificar y ofrecer de forma sencilla nuevos productos de seguro a cada cliente se convierten en factores clave para la buena gestión de los seguros durante la cuarentena. Las insurtech permiten que el sector se abra camino al proporcionar la tecnología necesaria para que pequeños y medianos corredores puedan evolucionar sin tener que invertir grandes recursos**

El actual estado de alarma decretado por el Gobierno como consecuencia de la mayor crisis sanitaria del último siglo, COVID-19, ha cambiado radicalmente la forma de trabajo en la última semana, también la de los mediadores. Ante las medidas de confinamiento adoptadas a nivel nacional, aconsejar al cliente sobre las modalidades de seguro y coberturas que más le interesan en función de su situación, ya no puede realizarse de manera presencial, y en este sentido, estar preparado digitalmente es clave para no perder negocio.

El entorno digital abre un sinfín de oportunidades para que los mediadores de seguros desarrollen su actividad de la forma más fluida y fructífera posible para hacer frente a una realidad cambiante. De este modo, la digitalización vuelve a cobrar importancia en un sector que ya contaba con entre un 5 y un 30% de sus procesos digitalizados, y un potencial situado en torno al 75%.

Gracias a las insurtech, el sector se abre camino al proporcionar la innovación necesaria para que pequeños y medianos corredores puedan evolucionar sin tener que invertir grandes recursos. La situación generada por el COV-19, se presenta, por tanto, como una oportunidad para que los mediadores exploren nuevas fórmulas con las que impulsar su negocio gracias a la innovación y tecnología.

Para entender mejor qué ventajas ofrece la digitalización a la gestión de los seguros online, los expertos de wefox, la insurtech líder en Europa, han señalado 5 ventajas de la innovación a la hora de vender, interactuar con el cliente y gestionar pólizas.

La primera de ellas es la mayor calidad en la atención. Uno de los rasgos diferenciadores de los mediadores frente a otros actores del sector es la cercanía y el trato personal con los clientes. Por ello, la omnicanalidad es una de las principales ventajas que ofrece la digitalización a este colectivo que no solo simplifica los trámites burocráticos de sus clientes, sino también les ayuda a detectar sus necesidades y resolver dudas. De este modo, los brokers estarán siempre disponibles para atender a los clientes y realizar los cambios necesarios que se deseen aplicar a las pólizas.

Además, el cross-selling mejora la experiencia del cliente. Se trata de una de las herramientas mejor preparadas para evaluar las características de los clientes y poder ofrecerles nuevos productos que se ajusten a sus necesidades y estilo de vida. Esta técnica de venta cruzada no solo permite al corredor de seguros ofrecer al cliente aquello que mejor se ajusta a su perfil, también incrementa el beneficio de

las corredurías y mejora su reputación al satisfacer la demanda del cliente.

Otro aspecto a tener en cuenta es que la digitalización ofrece una perspectiva completa de las coberturas. Gracias a la inteligencia artificial, los corredores de seguros pueden ofrecer a sus clientes una perspectiva completa de la cobertura de seguros. Para ello, insurtechs como wefox realizan un mapa de riesgos gratuito y automatizado con el que llegar a las mejores ofertas, con la cobertura más adecuada.

El uso de la digitalización también permite una mayor eficiencia en gestión a favor de cada cliente, es decir, que operadores y especialistas dediquen menos tiempo a tareas sencillas y administrativas, para que puedan centrarse en otras más relevantes. El resultado final es que la eficiencia en la gestión revierte en el cliente, base del claro compromiso con la innovación de tienen la mayoría de las insurtechs.

Asimismo, destaca la posibilidad de ofrecer seguros personalizados. Especialmente en situaciones excepcionales como la que atraviesa España, se busca la personalización en todos los sentidos y el mundo de los seguros no iba a ser menos. La digitalización potencia la recuperación de los seguros ad hoc en los que el bróker, antes de ofrecer un seguro, analiza los hábitos y estilo de vida del cliente, ofreciendo una cobertura totalmente personalizada.

**Datos de contacto:**

Autor

91 411 58 68

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

Categorías: [Nacional Finanzas](#) [Sociedad Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Seguros](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>