

## **FECOR lanza una acción viral en TIKTOK con el objetivo de conectar con el público más joven**

**La Federación de Organizaciones Profesionales de Corredores y Corredurías de Seguros de España colabora con Jorge Amor, uno de los tiktokers más prestigiosos del mercado español. El propio tiktoker ha difundido en sus canales sociales un vídeo para informar sobre el trabajo de los corredores de seguros de una forma atrevida, transgresora y amena**

La Federación de Organizaciones Profesionales de Corredores y Corredurías de Seguros de España (FECOR) ha puesto en marcha una acción de marketing digital en colaboración con el tiktoker Jorge Amor. El objetivo de esta iniciativa es dar a conocer entre el público más joven la importancia de la labor que ejercen los corredores de seguros en la intermediación y el asesoramiento sobre los diferentes seguros que se ofrecen en el mercado español.

Para ello, el propio influencer ha difundido entre sus seguidores un vídeo de comedia en el que él mismo es el protagonista de una situación a través de tres personajes diferentes: un comprador de un ukelele, un vendedor de dicho instrumento y un intermediario que asesora a clientes sobre cuáles son los mejores ukeleles del mercado en función de los intereses particulares de cada cliente. Este vídeo sirve de gancho, a modo de analogía, para a continuación explicar en qué consiste la figura del corredor de seguros.

A través de un formato muy dinámico y ágil (el vídeo dura menos de 1 minuto) y una situación cotidiana para los más jóvenes, como es la compra de un instrumento, FECOR pretende orientar su estrategia de comunicación hacia el público más joven. Y de esta forma aprovechar todas las sinergias y posibilidades que ofrecen las plataformas sociales y las nuevas narrativas propias del entorno 2.0.

El crecimiento de TikTok en el mercado español

TikTok se ha consolidado como una de las principales redes sociales en España con casi 9 millones de usuarios y durante el año pasado ha sido la plataforma que más ha crecido en número de usuarios (un 16%). Se trata, asimismo, de la red social que aglutina una mayor cantidad de jóvenes, con un 45% por debajo de los 25 años.

Jorge Amor es uno de los tiktokers más importantes de España con un total de 1,7 millones de usuarios, 1,2 millones de los cuales se encuentran en TikTok y el resto repartidos entre YouTube, Instagram, Facebook y Twitter.

“La divulgación, la transparencia y la comunicación para visibilizar entre la sociedad la encomiable labor que desarrollan en España los corredores de seguros es uno de nuestros pilares estratégicos”, asegura Juan Antonio Marín, presidente de FECOR. “Por este motivo (añade), y con el objetivo de ir más allá y conectar con los usuarios más jóvenes, consideramos fundamental orientar nuestras acciones de comunicación hacia aquellos entornos, como TikTok, en los que estas audiencias se

encuentran actualmente de forma nativa”.

#### Sobre FECOR

FECOR es la Federación de Asociaciones de Corredores y Corredurías de España, aglutina a las Asociaciones y Agrupaciones de corredores y corredurías a lo largo del territorio español. Se creó hace más de 20 años con el objetivo, que firmemente se defiende hoy en día, de reforzar profesional e institucionalmente la figura del Corredor de Seguros.

Seguir en:

? Twitter: @Fecorcorredores

? LinkedIn: FECOR

? Instagram: @Fecorcorredores

Web: [www.fecor.es](http://www.fecor.es)

#### **Datos de contacto:**

Cristina Gutiérrez

914518089

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

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

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>