

**Congreso Insurance Customer Experience**

## Expertos de diversos sectores reflexionan sobre la experiencia de cliente en seguros

- **Se trata de la quinta edición del congreso, organizado por ICEA y patrocinado por Iris Global**

**Madrid, 27 de septiembre de 2021.-** La semana pasada se celebró el **5º Congreso Insurance Customer Experience (ICE)**, organizado por ICEA y **patrocinado por Iris Global**, plataforma número uno en asistencia integral en España.

En su quinta edición, el congreso ha contado con la participación de expertos de compañías como Aegon Seguros, Air Doctor, Hello Auto, Hola Luz, Hyunday España, Iris Global y SegurCaixa Adeslas, que **han analizado desde diversas perspectivas cómo ha evolucionado el customer experience** en los últimos tiempos.

Durante dos jornadas pasaron por la tribuna del congreso expertos en la materia que han compartido interesantes reflexiones en torno a la experiencia de cliente. Entre ellos, **Elvira Cruz**, directora de Estudios de Mercado y Comunicación de ICEA: quien afirmaba que *"el 76% de los clientes tiene una opinión positiva de su aseguradora"*. Además, indicaba que *"darle valor a la estrategia digital favorece el aumento de satisfacción global del cliente"*.

Por su parte, **Luz Hernández**, responsable de *customer experience* de la empresa de energía, Hola Luz, destacaba lo que para ella son las ocho características necesarias para gestionar la experiencia del cliente en un sector en constante transformación: *"Diseñamos experiencias que cumplan con 8 características: Viabilidad, relevancia, vinculación, alineación con la expectativa generada, consistencia, sencillez, personalización y medible o cuantificable"*.

También se dio cita en este quinto congreso la responsable de experiencia cliente en Aegon Seguros, **Carmen Martínez**, quien sostenía que *"valor, servicio, transformación digital y digitalización son los cuatro pilares o prioridades estratégicas para ser una aseguradora sólida que sorprenda por su cercanía, empatía y agilidad"*.

En su ponencia *"Y ahora, ¿cómo volvemos a viajar?"*, el director de negocio de Iris Global, **Antonio Herrera** apuntaba el bajo porcentaje de contratación de seguros en los últimos años diciendo que *"el nivel de aseguramiento en nuestro país del seguro de viaje está muy por debajo de nuestro entorno. Solo el 25% contratan una póliza cuando viaja fuera del país, cifra que desciende del 20% cuando se hace por territorio nacional"*.

Dado el contexto actual, **Herrera** señalaba que *"se ha incrementado con fuerza el interés en contratar seguros de viaje, lo que obliga a las compañías a incluir coberturas específicas del Covid-19"*. Además, arrojaba las cifras que se habían obtenido en consultas de seguros de viaje durante el mes de mayo con un repunte de un 45%".

El director comercial de Iris destacaba que *"la pandemia ha hecho necesario que las empresas cambien su actividad física a online, convirtiendo los medios digitales en los principales medios para conectar y contactar con clientes"* y que *"la pandemia ha potenciado que los consumidores tengan una mayor preocupación por la salud y seguridad provocando un mayor interés en contratar seguros de viaje. Es necesario desarrollar productos adaptados para este nuevo consumidor"*.

Por su parte, con la ponencia "Conduciendo hacia el futuro", **Martín Martínez**, director general de desarrollo de negocio de Hello Auto, cerró la primera jornada del congreso.

En su segunda y última jornada, el ICE contó con la presencia de **Daniel Solera**, director de calidad y desarrollo de Hyundai España quien apuntaba en su exposición que *"la satisfacción del cliente nunca debería ser el objetivo de las compañías, ya que pagan por ello, sino que debieran entusiasmarlo y darle un poco más para superar sus expectativas"*.

Solera afirmó que "la satisfacción del cliente es una emoción y solo puede ganarse desde un punto de vista emocional". Además, el director de calidad de Hyundai invitaba a pasar del consumer centric al people centric: "Hay que mantener el foco en el cliente y en el asesor comercial y no en el producto".

Por su parte, el director de Marketing y Clientes de SegurCaixa Adeslas, **Israel Escacho**, se centró en el acompañamiento del cliente para construir la experiencia de cliente de salud, apuntando a que *"la experiencia de cliente incrementa la probabilidad de la venta cruzada al mismo tiempo que disminuye la probabilidad de abandono"*

El broche final de la jornada lo ponían **Jenny Cohen**, de Air Doctor, y **Javier Contín**, director de Innovación de Iris Global, quienes hablaron sobre innovación y tecnología orientadas a la mejora de la experiencia de la asistencia en viaje.

Sin duda, dos jornadas cargadas de información sobre la realidad actual de la experiencia al cliente en el sector asegurador.