

MINSAIT APUESTA POR LA OFICINA DIGITAL PARA EVOLUCIONAR EL SECTOR ASEGURADOR Y ACORTAR LAS DISTANCIAS ENTRE MUNDO FÍSICO Y ONLINE

- **Avanza cómo las agencias de seguros digitales, a través del uso de las tecnologías más innovadoras, podrán ofrecer nuevas experiencias de servicio y consultoría y lograr una relación más cercana y duradera con sus clientes**
- **Los formatos de venta de seguros deben evolucionar hacia tres modelos diferentes, mantiene la compañía de TI: Tech, Store y Social**
- **La propuesta de Minsait ofrece a las aseguradoras un servicio diferencial en un contexto Phygital, donde la omnicanalidad, la incentivación de los canales digitales o la analítica y la gestión de datos van a ser claves para crecer y diferenciarse**

Madrid, 17 de mayo, 2022.- El resultado de la digitalización en el sector asegurador ha supuesto la creación de un escenario híbrido entre físico y digital, en un mercado donde el 80% de los clientes ya disponen de información detallada antes de iniciar el proceso de contratación de pólizas. Este contexto contempla un modelo de trabajo en el que el concepto de agencia digital se está convirtiendo en la mejor fórmula para alcanzar beneficios y lograr la satisfacción de los clientes.

Así lo constata el informe que Minsait, una compañía de Indra, ha elaborado con relación al sector asegurador y que puede ser consultado en el siguiente enlace:

<https://www.minsait.com/es/actualidad/insights/oficinas-digitales-para-aseguradoras-de-un-mundo-phygital>

En el mismo, Minsait recuerda que el mercado asegurador, en el contexto actual, está explorando ya formatos como las oficinas libres de empleados o las llamadas nanosucursales pop-up, más habituales quizás en el sector bancario, que ya permiten ubicar sucursales temporales en regiones donde no puede haber una presencia permanente, lo que hace posible 'establecer una agencia modular o incluso oficinas completas con todo el equipamiento necesario.

La “nueva” Agencia de Seguros

Una de las ventajas de crear una agencia digital para la prestación del servicio asegurador es que permite adoptar diferentes formatos en un mismo espacio, pudiendo personalizar este según las características o capacidades reales de la aseguradora. Bajo esta premisa, Minsait prevé que los espacios aseguradores evolucionarán en los próximos años hacia tres modelos de servicio personalizados: Tech, Store y Social.

El modelo Tech, enfocado directamente a la tecnología, ofrece a los gerentes especializados la oportunidad de trabajar en ambientes abiertos, haciendo uso del soporte en línea de especialistas cuando sea necesario. Se trata de espacios tecnológicos y sostenibles (sin papel), dotados de sistemas de alta eficiencia energética y con una cuidada atención al medio ambiente.

El modelo Store se presenta en cambio como un espacio multidisciplinar donde será posible adquirir productos y servicios dentro del ecosistema asegurador, con un área de promoción digital y nuevos mecanismos que permitan un conocimiento virtual detallado de los productos y servicios.

Por último, el modelo Social es un nuevo concepto de coworking diseñado para cubrir las necesidades de profesionales, clientes y no clientes que quieran trabajar en un entorno diferente, aumentar su red y tener a mano las últimas tecnologías, acceder a iniciativas formativas o participar en eventos.

Un negocio con grandes pilares tecnológicos

Un nuevo modelo, el de Oficina Digital, destinado a ofrecer una experiencia diferencial, también en el plano físico, que enlaza directamente con la necesidad de ponerse a la vanguardia del sector en un mundo cada vez más Phygital, donde las tecnologías van a ser claves para la búsqueda de servicios únicos. Se debe apostar por un nuevo recorrido del cliente, alimentado por soluciones innovadoras que permitan mejorar a lo largo de todo el ciclo la experiencia de compra.

En este tránsito, será necesario apostar por estrategias omnicanales, donde el cliente tenga la oportunidad de decidir cómo y cuándo interactuar con la compañía de seguros, así como administrar las citas y su duración de manera más eficiente. En segundo lugar, es estratégico aprovechar el canal digital para dar entrada a más información, pero también para crear campañas de marketing sincronizadas en toda la red e incentivar el seguimiento de políticas más sostenibles y reducir la dependencia del papel. Por último, Minsait aconseja el uso de herramientas de análisis en tiempo real para hacer un seguimiento de la experiencia de principio a fin y conocer mucho mejor el perfil de los clientes, con el objetivo de ofrecerles un servicio más óptimo y personalizado.

Minsait cuenta con una amplia experiencia en proyectos de consultoría y digitalización en el sector asegurador. Más del 80% de los asegurados españoles llevan a cabo parte de sus procesos de interacción y gestión de sus seguros utilizando soluciones de Minsait. En el ámbito internacional, algunos de los líderes mundiales utilizan su conocimiento, aceleradores y soluciones para llevar a cabo la transformación de esta industria.

Acerca de Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la compañía de Indra líder en transformación digital y Tecnologías de la Información. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo *core* con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2021, Indra tuvo unos ingresos de 3.390 millones de euros, más de 52.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.