

Beneficia a tus clientes

con tarifas personalizadas por cuidar su Salud



**Cómo innovar
en la oferta
aseguradora**

Beneficia a tus clientes con tarifas personalizadas por cuidar su Salud

17 de marzo de 10:00 a 13:00 h
IMPACT HUB PIAMONTE (Madrid).

 

Encuentro

Grupo Init y msg life han reunido a empresas referentes del sector asegurador para debatir los retos de innovación tecnológica y personalización en los seguros de salud en un encuentro titulado “Cómo innovar en la oferta aseguradora – Beneficia a tus clientes con tarifas personalizadas por cuidar su salud”.

Objetivos de la Alianza. A finales del pasado año, Grupo Init y msg life firmaban una alianza enfocada a ayudar a las aseguradoras a capacitarse para beneficiar a sus clientes por sus hábitos saludables, sobre la que se ha enmarcado este encuentro, para ofrecer al mercado asegurador soluciones tecnológicas personalizadas en el ámbito de la salud y bienestar. Soluciones digitales en las que cada asegurado obtiene un plan de salud individualizado que le permite mejorar su salud y ser premiado por ello. Grupo Init suma a este acuerdo sus más de 15 años de conocimiento y experiencia desarrollando soluciones digitales basadas en su plataforma de salud Inithealth, como Salud es Ganar. msg life, por su parte, incorpora sus 40 años de experiencia en el desarrollo de software y soluciones para facilitar la digitalización a las compañías de seguros con productos estrella como su sistema de Gestión de productos y tarificación personalizada.

Con esta alianza, ambas compañías apuestan por la tecnología para beneficiar al sector asegurador con soluciones tecnológicas capaces de diseñar experiencias personalizadas, generando *engagement* y capaces de premiar a los asegurados por cuidar su salud. Este acuerdo refuerza su posicionamiento en el sector asegurador con soluciones tecnológicas personalizadas enfocadas a la salud y bienestar.



Palancas para la innovación

Una de las palancas clave para la innovación sigue siendo la digitalización y las aseguradoras también tienen presente que los consumidores, ahora más que nunca, tienen una creciente preocupación por mantener un estilo de vida saludable, y demandan soluciones adaptadas a sus necesidades en el ámbito de los seguros y para ello es preciso ofrecer servicios y productos personalizados. Cada vez más asegurados buscan experiencias únicas y las compañías deben de adaptar sus productos al contexto y al perfil de sus clientes y ofertarlos con agilidad.



Digitalización. En este momento, el ajustar la oferta y personalizar la tarifa de forma dinámica y de acuerdo a los hábitos saludables de cada cliente, el conocimiento de los usuarios y el valor de los datos, son fundamentales para captar y fidelizar a los asegurados, así como para llegar a las generaciones más jóvenes. Las empresas buscan *enamorar* a sus clientes y conectar con personas más motivadas, más felices y saludables.

Para todo ello, las compañías de seguros tienen a su alcance los avances en tecnología que, por una parte, permiten conocer el comportamiento y preferencias de los consumidores y, por otra, ofrecen soluciones a medida que refuerzan la relación de confianza y de proximidad del cliente con su aseguradora.

Jose Antonio Saez de Ocariz

CEO y fundador de Grupo Init

La tecnología posibilita segmentar la cartera y el mercado y trabajar para crear ofertas personalizadas de productos y servicios digitales.



“ En mi opinión, en buena parte, la capacidad de innovar en la oferta asegurada va a venir por la capacidad que tendrán las empresas de caracterizar y segmentar (o microsegmentar) la cartera de clientes y el mercado potencial, por sus hábitos de vida y aspiraciones, de una manera mucho más intensiva que la actual, ofreciéndoles una propuesta de valor personalizada a cada uno de esos perfiles, que incluyen tanto el producto asegurador como una serie de servicios que realmente le aportan valor al asegurado. Para ello va a ser imprescindible mejorar los procesos de recogida de datos del asegurado y de caracterización del asegurado, para mejorar el conocimiento del mismo, y trabajar también muy bien la comunicación y la experiencia del cliente con la compañía, aspectos donde creo que queda mucho camino por recorrer.

Jorge Miranda

Regional Manager de msg life Iberia

La importancia de la digitalización y la innovación en seguros para crear ofertas hiperpersonalizadas y con tarifas ajustadas al perfil del cliente.



“ Desde msg life ayudamos a las compañías a acelerar su transformación con base en una estrategia donde la tecnología forma parte de su ventaja competitiva. Y con nuestras soluciones modulares, las aseguradoras pueden transformar su negocio de forma gradual alienando el interés entre áreas fundamentales de la compañía – negocio y TI.” Miranda resaltó cómo la flexibilidad resulta esencial para que las compañías sean ágiles y dinámicas como exige el mundo actual – “A la hora de innovar en productos y en estrategias de *pricing* de seguros, el ecosistema de TI de las compañías debe de estar preparado para permitirles innovar de forma flexible y sin límites.



Maria López

Co-founder y CEO de BitBrain

Contribución con charla inspiracional enmarcada en el neuromarketing y la innovación tecnológica, con el título “Cómo entender los patrones de comportamiento de los clientes, ayudándoles a tener una vida más saludable

“Comprender el comportamiento humano es uno de los grandes retos a los que se enfrentan disciplinas como la psicología, la neurociencia, la economía, entre otras. Atrás queda la idea de que el ser humano es 100% racional, una idea que ha guiado la forma en que las empresas se dirigían a los clientes. Ahora sabemos que las emociones o la intuición condicionan de un modo importante el comportamiento humano, y bajo este nuevo prisma, las empresas deben adaptar su relación con el cliente. En el ámbito de la salud, conocer los distintos sesgos cognitivos que hacen que una persona no lleve un estilo saludable o ser capaces de activar palancas de cambio, es clave pero complicado. Sin duda, la mejor forma de abordar este problema es mediante soluciones digitales que permiten un alto grado de personalización y que se diseñan teniendo en cuenta todo el conocimiento que tenemos actualmente sobre patrones de comportamiento no conscientes.



Dolores Rico García

Consultora, promotora u formadora de Seguridad, Salud y Bienestar Laboral y facilitadora Lego Serious Play

Sesión *jugando en serio* a través de la metodología Lego Serious Play

“ Las claves de la innovación pasan por buscar ideas originales que aporten valor y que puedan ser sostenibles en el tiempo. Y para ello los asistentes han construido ideas representadas por las piezas de lego que han puesto en el centro a las personas con el fin de generarles valor y dar respuesta a sus necesidades considerando que hay que escuchar y observar el entorno, contexto, comportamiento y los problemas a los que se enfrentan las personas. Hay que tener presente que el cambio va a ser una constante en nuestra realidad por lo tanto hay que acelerar más los procesos de innovación y la tecnología nos lo permite. En la sesión se han generado diferentes ideas para innovar con el cliente, en producto y servicios y en la propia estructura de las compañías aseguradoras.

Mirada a futuro

El encuentro terminó con «mirada a futuro y con la ilusión de poder contribuir entre todos a resolver los retos del mercado asegurador en forma de **proyectos reales y realizables**».

Grupo Init y msg life quisieron compartir en este foro los objetivos y beneficios de su alianza, que se comprobó en el video de los principales mensajes de su solución conjunta que se ha mostrado en la jornada.



>> Acceder al video: <https://youtu.be/8WwoKY0mFaM>



¿Hablamos?

Grupo Init

www.theinit.com

msg life Iberia

www.msg-life.es