

Digitalización del sector de los seguros

Liberar experiencias excepcionales para los clientes

Cautivar a los clientes de seguros en la era digital

Las aseguradoras deben ofrecer experiencias al cliente que son rápidas, simples y receptivas para estimular el **retorno sobre la experiencia (ROX)**.

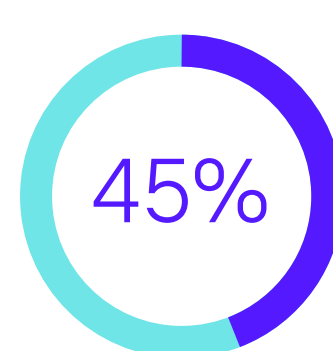
Ahora, la experiencia del cliente está en el centro de la inversión en tecnología y los procesos, y las aseguradoras tienen que abordar la automatización para eliminar las dificultades relacionadas con la experiencia del cliente.

470 MIL
MILLONES DE DÓLARES

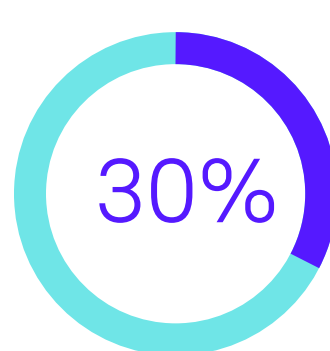
La rotación por pérdida de lealtad y las malas experiencias de los clientes pueden **costar hasta 470 mil millones de dólares en primas en todo el mundo.**

UN CRECIMIENTO ENTRE DOS Y CUATRO VECES MAYOR

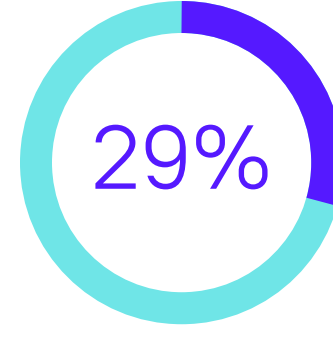
Las compañías de seguros que ofrecen las mejores experiencias al cliente generan un crecimiento entre dos y cuatro veces mayor en nuevos negocios y **aproximadamente un 30 % más de rentabilidad** que las compañías con un enfoque contradictorio con el cliente.



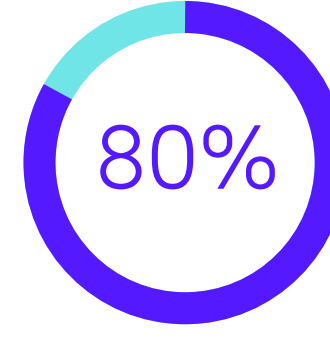
El 45% de las aseguradoras dicen que la evolución de las expectativas de los clientes están estimulando **la inversión en nuevas tecnologías.**



Más del 30% de los clientes que sufrieron una mala experiencia a la hora de reclamar al seguro **cambiaron de aseguradora al año del siniestro.**



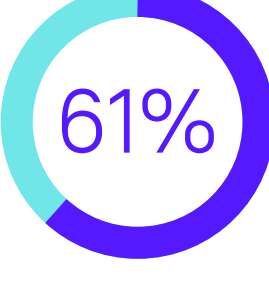
Solo el 29% de los clientes de seguros están **satisfechos con sus corredurías actuales.**



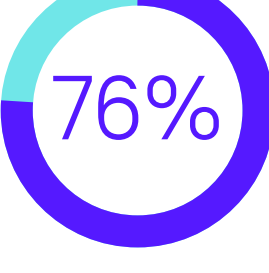
Los clientes satisfechos tienen un **80 % más de probabilidades de renovar sus pólizas** que los clientes insatisfechos.

Atrapados en las viejas formas de siempre: Los retos actuales de las aseguradoras

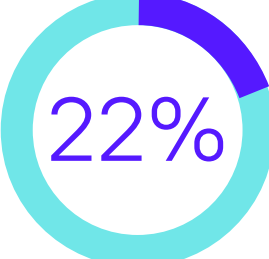
Sin embargo, las aseguradoras no pueden ofrecer la madurez digital y la facilidad de uso que esperan los clientes:



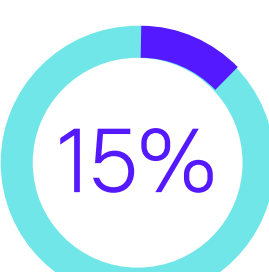
El 61% de las aseguradoras del mundo todavía se encuentran en las primeras fases de la **transformación digital.**



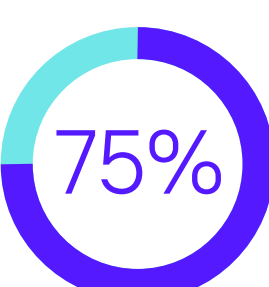
El 76% de las aseguradoras **no ofrecen aplicaciones móviles para clientes.**



Solo el 22% de las aseguradoras han lanzado **servicios móviles o digitales personalizados en tiempo real.**



Solo el 15% de los clientes están **satisfechos con la experiencia digital de sus aseguradoras.**



Prácticamente el 75% de los clientes que intentaron suscribir un seguro en línea manifestó que había tenido una **gran cantidad de problemas.**

Sin la transformación digital, las aseguradoras salen perdiendo:

- 1 Insatisfacción y desgaste del cliente
- 2 Oportunidades perdidas de aumentar las ventas y ventas cruzadas
- 3 Incapacidad para detectar fraudes
- 4 Multas y auditorías por incumplimiento
- 5 Incapacidad para mejorar sus procesos

Un **pago rápido y fácil** es una de las principales prioridades de los clientes de seguros, pero más de la mitad de las aseguradoras solo han automatizado parcialmente sus procesos de presupuesto a emisión.



Muchas aseguradoras utilizan la automatización para transformar digitalmente estos ámbitos; sin embargo, sin comprender el rendimiento de los procesos, en ocasiones desperdician su inversión al automatizar los ámbitos equivocados.

Los líderes deben comprender sus procesos antes de digitalizarlos.

El camino hacia un retorno sobre la experiencia (ROX) drástico: ABBYY Digital Intelligence

ABBYY cumple la promesa de la transformación digital a las compañías de seguros. Al guiar a las aseguradoras hacia una automatización inteligente, las soluciones ABBYY Digital Intelligence ofrecen una hoja de ruta para lograr un ROX y unos ingresos considerables.

ABBYY Timeline

Descubra y transforme el rendimiento de sus procesos.

ABBYY Vantage

Mejore el RPA con habilidades cognitivas entrenadas.

ABBYY FineReader Server

Reconocimiento óptico de caracteres estándar del sector.

ABBYY FlexiCapture

Moderna plataforma de captura empresarial.