Caso de Éxito
Help Seguros

by CustomerTrigger

Aprende con este caso cómo Help Seguros logró definir una estrategia "centrada en el cliente" para rentabilizar sus activos en torno a "procesos, cultura y datos", que optimizan la eficiencia operacional del negocio.

Contexto Competitivo

En el actual escenario de mercado, las compañías de seguros se enfrentan a una creciente necesidad de implementar estrategias centradas en el cliente para mejorar la experiencia del asegurado. Diversos estudios, como el realizado por Capgemini y Efma en su informe "World Insurance Report 2023", destacan que **solo el 28% de los clientes de seguros generales están satisfechos con su experiencia global**. Esta insatisfacción se ve agravada por el desconocimiento de las políticas de liquidación y pago, así como por problemas contractuales y de finiquito. En este contexto, un enfoque proactivo en el customer journey, desde el onboarding hasta la resolución de siniestros, se vuelve crucial para mitigar la fricción, reducir los reclamos ante organismos reguladores y, en última instancia, fomentar la lealtad y la promoción de la marca.

Desafío

Help Seguros del Grupo Banmédica, requería *descubrir oportunidades en el proceso comercial y provisión de servicios mediante la comprensión del cliente y el recorrido que experimenta*, para establecer una serie de oportunidades de transformación y que determinen una estrategia de servicio.

Solución: Diseño de la Promesa de Servicio CX

Escucha 360. Para asegurar una ventaja competitiva y fortalecer la lealtad del cliente, **se activó la comprensión de la experiencia de servicios deseada por los clientes actuales y de la competencia** relevante. También se realizó levantamiento de la visión interna que las áreas de atención de Help Seguros tienen de la experiencia deseada por los clientes.

Definición de la "Promesa de Servicio", estableciendo los pilares clave que diferenciarán la experiencia de Help Seguros, *articulando una declaración concisa y memorable, fácil de entender, recordar y comunicar*. Esto habilitó la **definición y establecimiento de los kpis para el control de gestión de la promesa.**

Activación y Control de Gestión, entregando recomendaciones y un *roadmap general a seguir para socializar la promesa de servicio e integrar los pilares de experiencia* de manera efectiva.

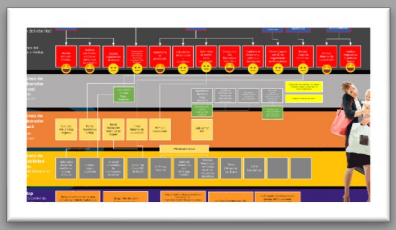
Resultados

- **Visión clara y compartida: todos los líderes alineados en torno a una promesa CX.**
- **4 pilares estratégicos de experiencia, jerarquizados y comunicables en toda la organización.**
- **Métricas y BI definidos: por primera vez Help Seguros puede medir y gestionar la experiencia de forma consistente.**
- **Implementación ágil: roadmap ejecutado en solo 16 semanas, acelerando el cambio cultural.**

<< APREDIZAJE Clave >>

En una industria tradicionalmente centrada en procesos, Help Seguros demostró que **poner al cliente en el centro no es discurso, sino gestión medible.**

Con el apoyo de CustomerTrigger, pasaron de la intuición a un **modelo claro, medible y accionable de experiencia del cliente como ventaja competitiva.**



Todos los derechos reservados. Solicite una copia autorizada de este documento en los canales de contacto de nuestro sitio web.
Para acceder a más Casos de Éxito visite nuestra Sección de Casos de Éxito en nuestro sitio web.