RANKING DE PRESENCIA EN INTERNET DE **ENTIDADES ASEGURADORAS XXVI**

RGA re International Ibérica

iA innovación aseguradora

Primer semestre 2019

La inclusión de nuevos parámetros ha hecho variar notablemente las posiciones de las aseguradoras.

Un nuevo Ranking: más exigente, donde alcanzar las posiciones superiores requiere que las aseguradoras apuesten verdaderamente por la **innovación**.

EDICIÓN 2019

70 aseguradoras

Esta nueva edición del ranking contempla relevantes cambios tanto en los parámetros valorados como en las posiciones obtenidas por las aseguradoras. El número de parámetros ha sido ampliado y aquellos que son esenciales, como que la resolución de una página web se adapte a los dispositivos móviles, han recibido una mayor ponderación. En este último caso el parámetro recibe una valoración negativa en caso de no ser cumplido. A continuación, explicaremos los nuevos parámetrospor cada una de las áreas.

Las aplicaciones móviles solo son valoradas si están vinculadas mediante un icono o hipervínculo a la página web de inicio. Además, estas deben poderse descargar directamente o a través de un enlace a las tiendas de las aplicaciones Android e iOS. En este apartado, se han añadido tres parámetros nuevos: gestion all-in-one, funcionalidad que permite la gestión de pólizas de otras aseguradoras; disponibilidad de un área privada: funcionalidad para gestionar trámites identificando al cliente y la posibilidad de tarificar un producto. Observamos, sin embargo, en los casos de algunas aseguradoras que algunos de estos parámetros, en vez de estar incluidos a la aplicación, son un simple enlace que redireccionan a la página web de la aseguradora, restándole de este modo el valor añadido que la aplicación puede y debe ofrecer. Si bien han sido valorados, la próxima edición del ranking solo analizará el entorno app.

El apartado Web también ha visto aumentado su número de parámetros. Se valora de forma especial que los chat online de las aseguradora haya asistencia humana, puesto que los chatbot, aunque son orientativos, no ofrecen la misma calidad de atención. El apartado de web responsive recibe la mayor ponderación y resta en caso de no ser cumplido. Se añaden los parámetros de FAQ (preguntas más frecuentes), la opción de poder pagar los recibos y la personalización de las cookies. Para recibir puntuación, es imprescindible que los tres parámetros estén vinculados a la página web de inicio, pilar central tanto del ranking, como de la experiencia de usuario.

En cuanto al blog, se ha reducido la exigencia de publicación de entradas, recibiendo una puntuación positiva aquellos blog que han hecho al menos dos publicaciones en la última semana. Se añade el parámetro que valora la presencia de secciones que señalen cuáles los post más leídos o destacados.

El apartado de venta online desglosa el antiguo parámetro que valoraba la presencia de un Call back/Chat durante el proceso de tarificación asignando un parámetro a cada una de esas dos funcionalidades.

Las redes sociales deben estar necesariamente vinculadas a la página web de inicio para recibir puntuación. Cada una de ellas ha recibido modificaciones, ampliando el número de parámetros valorados, adaptándose así a las nuevas funcionalidades que cada una de las plataformas ofrece. El número de seguidores mínimo necesario ha sido aumentado pero sigue manteniéndose en una cantidad que todas las aseguradoras deberían ser capaces de alcanzar ya solo con el simple acto de hacer promoción interna.

En Twitter hemos añadido la valoración de los botones de contacto "Mensaje" y "Tuit" que pueden encontrarse en la parte inferior de las BIO.

En Facebook se valora tanto la existencia del chat, funcionalidad que solo es valorada si se activa automáticamente al visitar la fanpage de la aseguradora y la opción de interactuar con el mismo mediante opciones predeterminadas (también conocido como choicebot). Se valora de forma positiva las aseguradoras que han añadido la funcionalidad que permite a los usuarios hacer una valoración con rating. Además, encontramos la opción de solicitar asistencia, bien sea con un botón de "Llamar" o "Asistencia" que permita a los clientes contactar directa y rápidamente con la aseguradora.

Los perfiles de YouTube son analizados con más detenimiento que antes, valorando positivamente que haya vídeos destacados en el canal, se haya subido al menos un vídeo en los útlimos dos meses, se haya indicado la localización de la compañía (puede ser el país) y muestre un correo electrónico de contacto.

Mientras que LinkedIn mantiene los parámetros que anteriormente se valoraban, Instagram recibe cambios relevantes, siendo valoradas las aseguradoras que tienen stories destacadas, han hecho al menos dos publicaciones en las últimas 48 horas y recibieron un número mínimo de likes en la penúltima publicación.

UN RANKING MÁS EXTENSO Y MÁS EXIGENTE CON LAS ENTIDADES ASEGURADORAS, EN UN SECTOR DONDE LA INNOVACIÓN YA NO ES UNA ELECCIÓN, SINO UNA OBLIGACIÓN.

RANKING GENERAL

1

76,05%

2

MAPFRE SEGUROS

75,7%

3

MUTUAMADRILEÑA

74,3%

PUESTO	ASEGURADORA	PUNTUACIÓN	DIFERENCIA
4	FIATC	73,94 %	+1
5	ARAG	67,03 %	-4
6	DIRECT SEGUROS	66,08 %	+7
7	GENERALI	64,55 %	-5
8	PSN	63,60 %	+9
9	LINEA DIRECTA	63,10 %	0
10	SANTALUCÍA	60,89 %	-4
11	ASISA	59,99 %	+7
12	SEGUROS CATALANA OCCIDENTE	59,51 %	-4
13	DKV	58,86 %	+8
14	ZURICH	58,61 %	+5
15	FENIX DIRECTO	57,92 %	-4
16	CASER	56,61 %	-6
17	PLUS ULTRA	56,56 %	+19
18	AMA	55,42 %	-2
19	SEGUROS BILBAO	54,84 %	+9
20	PELAYO	53,98 %	+12
21	REALE	53,88 %	-9
22	SURNE	50,25 %	+9
23	DAS	48,25 %	+2
24	LEGALITAS	46,75 %	-4
25	NORTEHISPANA SEGUROS	46,48 %	+13
26	MUTUA DE PROPIETARIOS	45,07 %	-4
27	PREVENTIVA SEGUROS	43,25 %	+10
28	MGS SEGUROS	41,84 %	-4
29	LIBERTY SEGUROS	41,59 %	+4
30	VERTI	40,64 %	+4
31	IMQ	39,63 %	Nueva
32	ALLIANZ	39,14 %	-18
33	MMT	38,97 %	+17
34	NATIONALE-NEDERLANDEN	38,96 %	+1

PUESTO	ASEGURADORA	PUNTUACIÓN	DIFERENCIA
35	SANITAS	38,66 %	+4
36	AEGON	38,60 %	-13
37	HELVETIA	38,52 %	-30
38	LAGUN ARO	38,17 %	-11
39	GENESIS	36,07 %	-9
40	CESCE	35,00 %	+6
41	PREVISION MALLORQUINA	33,74 %	-1
42	DIVINA PASTORA	33,65 %	-13
43	EUROP-ASSISTANCE	32,43 %	-1
44	MUTUALIDAD DEL LEVANTE	28,76 %	+22
45	SEGUROS MERIDIANO	28,62 %	+6
46	FIDELIDADE	28,61 %	-1
47	ERGO SEGUROS VIAJE (ANTERIOR ERV)	27,96 %	-21
48	CNP PARTNERS	27,66 %	+7
49	CIGNA SALUD	26,68 %	-5
50	HNA	26,21 %	+4
51	PREVISORA GENERAL	25,97 %	-4
52	AGRUPACIO MUTUA	25,65 %	+8
53	UNION ALCOYANA	25,32 %	+4
54	AGRUPACION SANITARIA SEGUROS, S.A.	24,56 %	+4
55	METLIFE	24,36 %	+9
56	CREDITO Y CAUCION	24,22 %	0
57	CLINICUM SALUT	24,21 %	+11
58	MUTUAL MEDICA	23,42 %	+5
59	GES SEGUROS	22,54 %	-18
60	AURA	21,87 %	-1
61	MUSSAP	21,81 %	-12
62	HISCOX	21,23 %	0
63	MUT. GRAL. DE CATALUNYA	20,91 %	+2
64	ASISTENCIA SANITARIA COLEGIAL	18,26 %	+3
65	ADESLAS SEGURCAIXA	16,47 %	-12

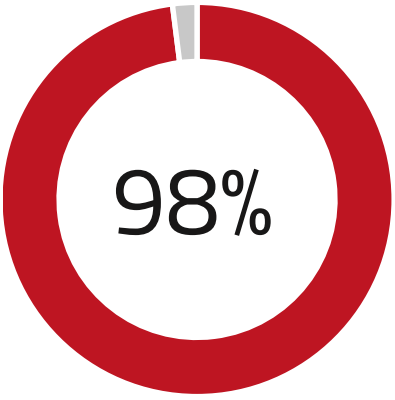
PUESTO	ASEGURADORA	PUNTUACIÓN	DIFERENCIA
66	OCASO	15,87 %	-14
67	ASEFA	14,63 %	-19
68	MARKEL	12,75 %	+1
69	ALMUDENA SEGUROS	7,16 %	+1
70	AIG	4,24 %	+1

Eliminadas: NECTAR, ANTARES y METRÓPOLIS.

Añadidas: IMQ.

WEB

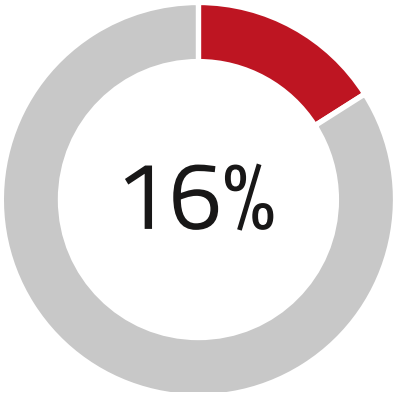
PÁGINA WEB RESPONSIVE



68 aseguradoras

Dos aseguradoras del sector asegurador todavía tienen páginas web que no se adaptan a la resolución de los dispositivos móviles.

INFORMACIÓN BAJA SEGURO



11 aseguradoras (+2)

A pesar de la tendencia creciente, todavía hay una gran reticencia en el sector por compartir de forma accesible información para dar a conocer cómo cancelar una póliza de seguros.

WEB

1-2

santalucía SEGUROS

87,9%

1-2

surne seguros & pensiones

87,9%

3-5

AXA

84,8%

3-5

MAPFRE SEGUROS

84,8%

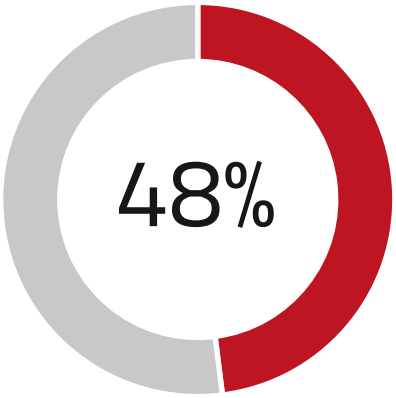
3-5

MUTUAMADRILEÑA

84,8%

APP

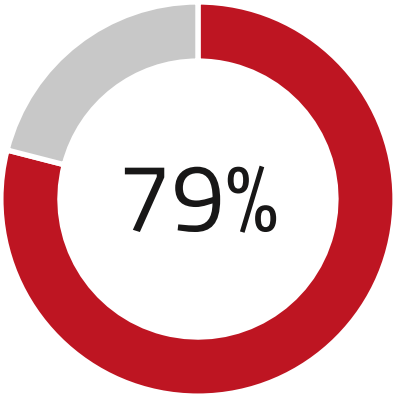
TIENEN APP



33 aseguradoras (+2)

Más de la mitad de las aseguradoras del sector siguen sin disponer aplicación móvil vinculando su descarga a la página de web inicio.

PERMITEN SU USO SIN REGISTRO



26 aseguradoras

De las aseguradoras con aplicación, el 79% permite el uso de alguna funcionalidad sin necesidad de hacer log-in con el usuario. Esta opción es esencial para permitir la tramitación de siniestros o pedir ayuda sin obligar al cliente a pasar un engorroso proceso de registro.

APP

1

MAPFRE SEGUROS

95%

2

linea directa

90%

3-4

Direct Seguros

85%

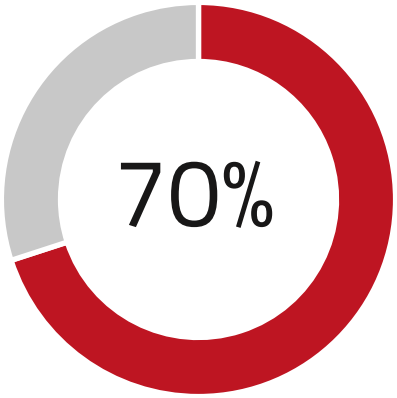
3-4

FIATC SEGUROS

85%

BLOG

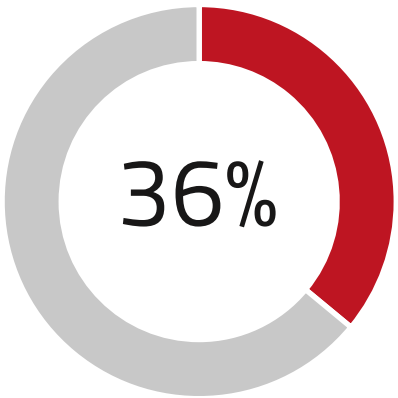
TIENEN BLOG



49 aseguradoras

La mayor parte del sector asegurador vincula sus blog a las páginas web de inicio. Es el índice más alto observado desde que se inició el ranking de presencia online con un crecimiento del 8% más en solo 6 meses.

PUBLICACIÓN DE CONTENIDO ASEGURADOR



25 aseguradoras

Algunos blog de aseguradoras publican contenido que no están relacionados con el sector ni con sus productos. Este parámetro valora si al menos una de las últimas cinco entradas publicadas contiene algún consejo y/o dato sobre seguros.

BLOG

1

Seguros Bilbao

100%

2

PlusUltra Seguros

91,7%

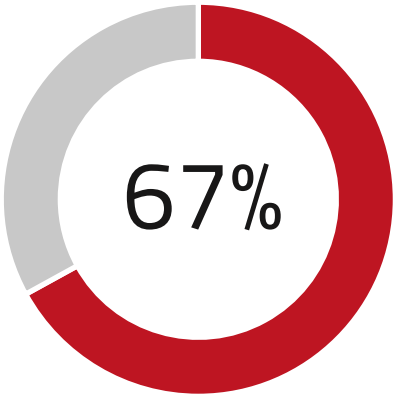
3

NorteHispana Seguros

91,7%

VENTA ONLINE

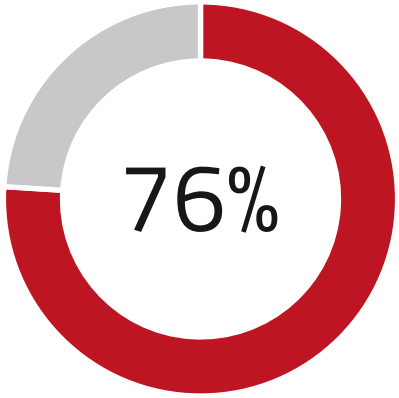
PRESUPUESTO



46 aseguradoras

Un tercio del sector asegurador todavía no permite la posibilidad de obtener precios sobre sus productos en la página web. Las aseguradoras que no ofrecen esta funcionalidad optan por poner a disposición del usuario formularios de contacto.

CALL BACK DURANTE TARIFICACIÓN



35 aseguradoras

De las aseguradoras que ofrecen la posibilidad de tarificar online, el 76% ha incluido la opción de solicitar una llamada durante el proceso. Esta funcionalidad es de gran utilidad para aquellos usuarios que no tienen un nivel tecnológico avanzado.

VENTA ONLINE

1

100%

2

DKV

86%

3-10

MUTUAMADRILEÑA

71%

3-10

verti

71%

3-10

GENERALI

71%

3-10

pelayo

71%

3-10

europ assistance
you live we care

71%

3-10

LAGUN ARO

71%

3-10

Direct Seguros

71%

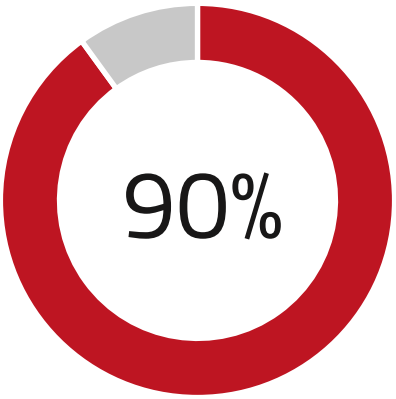
3-10

Liberty Seguros

71%

REDES SOCIALES

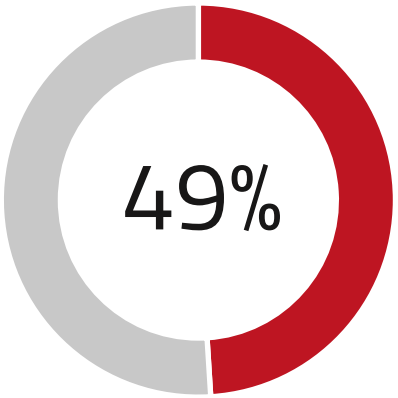
TIENEN REDES SOCIALES



63 aseguradoras

El 90% del sector asegurador vincula al menos una de sus redes sociales a la página web de inicio. Es el mayor índice obtenido desde el inicio del ranking de presencia online, incrementándose en 3,5 puntos porcentuales desde la anterior edición.

CHAT AUTOMÁTICO EN LA FANPAGE DE FACEBOOK



34 aseguradoras

Aunque el 83% del sector asegurador tiene sus fanpage de Facebook vinculadas a la página web de inicio, solo el 49% del sector ofrece la funcionalidad de poder iniciar un chat de asistencia con la aseguradora mediante la plataforma.

REDES SOCIALES

1

santalucía SEGUROS

93,50%

2

PSN

90,50%

3

LEGÁLITAS

86,00%

SI DESEA PROFUNDIZAR SOBRE ALGÚN ASPECTO DEL RANKING, TENEMOS A DISPOSICIÓN AMPLIOS INFORMES SOBRE CADA UNO DE ELLOS, CON LOS SIGUIENTES PRECIOS:

INFORME COMPLETO: Dicho informe incluye la explicación de cada una de las cinco áreas evaluadas, web, blog, redes sociales, apps y venta online y la puntuación obtenida por todas las entidades evaluadas en cada una de ellas.

Además, incluye una sección donde se evalúa la posición de la entidad solicitante del informe del ranking con su competencia más directa. El precio de este informe es de 800 euros más IVA.

MAGNITUDES

APP

Información corporativa
Gestión all-in-one
Contacto e-mail
Contacto teléfono
Asistencia 1ª pantalla
Comunicación siniestros
Área privada
Tarificación
Uso sin registro

BLOG

Suscripción
Visualización fecha posts
2 Entradas semanales
Comentarios
Compartición de entradas
Categorías/Etiquetas
Contenido seguros últimos 5 post
Posts destacados/más leídos

TWITTER

Seguidores
Tuit últimas 24 horas
Uso hashtags propios
Ubicación en BIO
Teléfono en BIO
Horario en BIO
Botón de Tuit
Botón de Mensaje

WEB

Buscador
Call me Back
Enlace en home a calculadora
Enlace a RRSS
Teléfono en Home
Mail/Formulario
Chat online
Chat online humano
Área privada cliente
Web responsive
Información baja seguro
Breadcrumb
FAQ
Pago de recibos
Personalización de cookies

VENTA ONLINE

Presupuesto
Call back
Chat en tarifiación
Pago con domiciliación
Pago con tarjeta/PayPal
Acceso clausulado póliza

YOUTUBE

Suscriptores
Descripción
Web
Vídeo destacado
Vídeos últimos 2 meses
Localización
Correo electrónico

INSTAGRAM

Seguidores
Stories destacadas
2 publicaciones últimas 48 hrs
Engagement

FACEBOOK

Número de likes
Publicación últimas 24 horas
Publicaciones con fotos
Ubicación en BIO
Teléfono en BIO
Horario en BIO
Chat automático
Choice Bot en chat
Rating
Asistencia

LINKEDIN

Información entidad
Seguidores
Publicación última semana