

RETO 2030: NUEVA ERA PARA EL SEGURO DE VIDA (RIESGO)



PODEMOS CONOCER LA SOCIEDAD VIENDO SUS IMAGENES años 50 VS 2022 (automoción)



TANGIBILIDAD

VS



EXPERIENCIA USUARIO

PODEMOS CONOCER LA SOCIEDAD VIENDO SUS IMÁGENES años 50 VS 2022 (comercio)



UBICACIÓN

VS



UBICUIDAD

PODEMOS CONOCER LA SOCIEDAD VIENDO SU PUBLICIDAD 1950 VS 2020



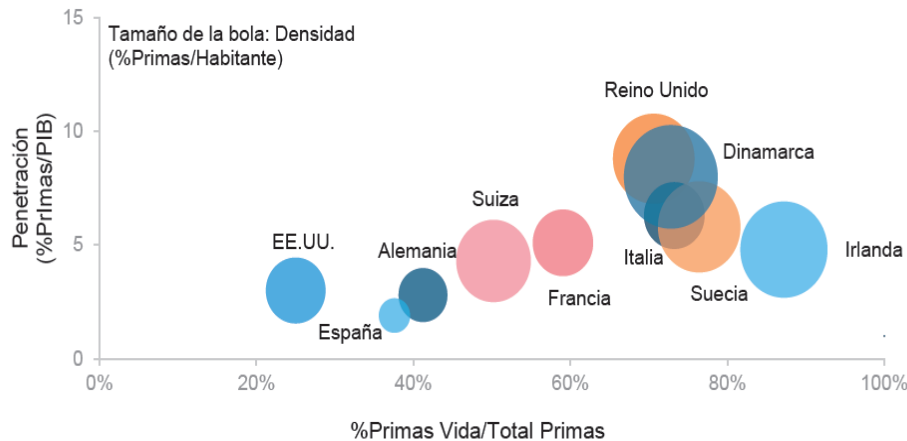
TRANQUILIDAD

VS



TRANQUILIDAD

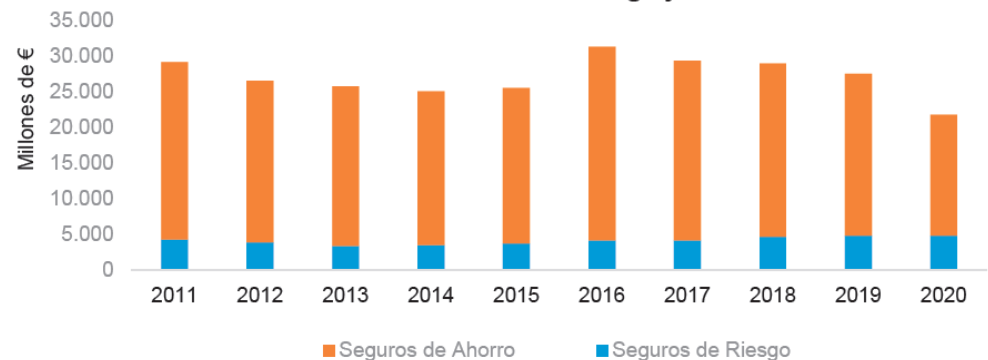
%Primas Vida/Total Primas vs Penetración. Año 2020



En España, el ramo de vida alcanzó un volumen de primas de 21.837 millones de euros a cierre de 2020, de las cuales solo el 22% correspondía a seguros de riesgo.

Si observamos, parece claro que hay muy poca variación en el volumen de primas que mueve este negocio cada años.

Evolución Primas Vida - Riesgo y Ahorro



Fuente: Swiss Re

La Tecnología como ayuda al crecimiento del seguro de Vida Riesgo

PERSONALIZACIÓN

TRANSPARENCIA

ACCESIBILIDAD

Blockchain , Inteligencia Artificial, chatbots, apps inteligentes ,Plataformas Digitales, Marketing Digital. Etc., son herramientas que deben ayudarnos a mejorar nuestra actividad aseguradora para ponerla al servicio de la mediación y del cliente.

SIMPLICIDAD

EFICIENCIA

ATENCIÓN

La Generación Z llega al sector asegurador

Tenemos que llegar a un cliente digital nativo, sin cultura aseguradora pero con hiper-accesibilidad a la información, nuevos valores y nuevos formatos sociales.

- 1- Posición Cercana
- 2- Educación Aseguradora
- 3- Nuevos códigos de comunicación
- 4- Lo quiero Aquí y Ahora.
- 5- Nuevos intereses aseguradores

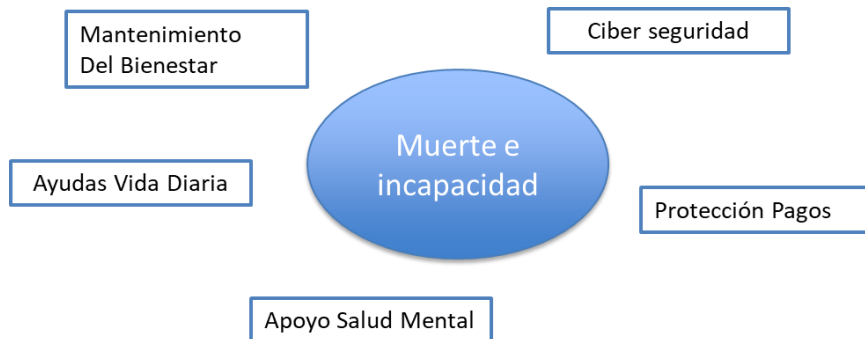
Generación	Rango de Edad	Edad en 2030
Gen Z	Nacidos tras 1996	34 años
Millennials	Nacidos entre 1981-1996	49 años
Gen X	Nacidos entre 1965 – 1980	65 años



Cliente objetivo en 2030

EL PRODUCTO

De la cobertura del siniestro al acompañamiento del cliente



LA HIPERSEGMENTACIÓN

Productos adaptados a cada cliente, con la cobertura a sus necesidades, primas adaptadas a su perfil y comunicación directa allá donde esté.

LA DISTRIBUCIÓN

ECOSISTEMAS DIGITALES

El 67% de los líderes del sector asegurador considera que los modelos de negocio actuales serán irreconocibles en los próximos cinco años y que estos ecosistemas serán el principal agente de cambio, según datos de [Accenture Research](#).

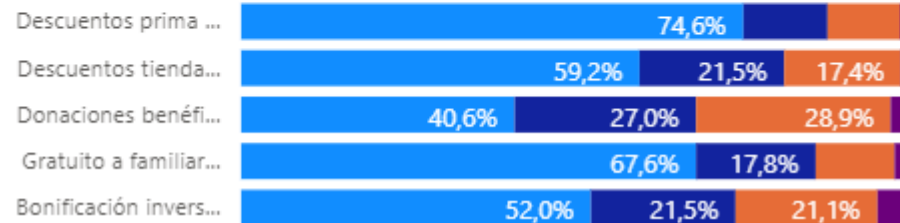


LA DISTRIBUCIÓN

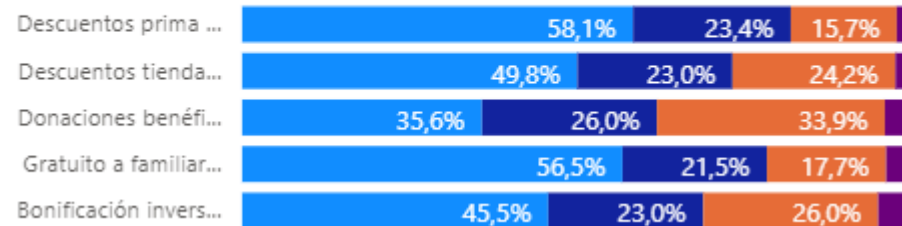
Experiencia digital y datos compartidos

¿En qué medida le resultan atractivas las siguientes opciones como posibles recompensas por parte de su aseguradora por compartir estos datos?

● Atractivo / Muy atracti... ● Ni atractivo ni p... ● Poco atractivo ... ● No lo sé



● Atractivo / Muy atracti... ● Ni atractivo ni p... ● Poco atractivo ... ● No lo sé



España

Alemania

LA DISTRIBUCIÓN

SEGUROS POR SUSCRIPCIÓN

Tendremos que pensar también que el cliente preferirá la suscripción como medio de contrato, por lo que tendremos que hacer un gran esfuerzo en suscripción y protección jurídica.



CONTRATACIÓN DIGITAL

Los seguros serán soluciones que que garanticen una suscripción y contratación 100% digital y 100% segura

¿Qué esperan los clientes de los seguros de vida en 2030?

- Que entiendan sus necesidades
- Sentirse reconocido en el producto
- Que sea accesible
- Rápida capacidad de respuesta en todos sus procesos; contratación; suscripción; siniestro; etc.

La capacidad digital en combinación con la humana es importante para seguir teniendo ese papel de asesor y cómplice del cliente en sus decisiones de aseguramiento. Es cierto que ahora las formas de acompañar se amplían mucho.

Afrontemos 2030 con el mismo espíritu que siempre, con el ánimo de avanzar y dar soluciones a nuestro cliente.

Gracias por vuestra compañía en este gran negocio que es el seguro.

Francisco Martínez Aguilar



GRACIAS!

