

Informe de Canales y Experiencia Digital

Evaluación del nivel de desarrollo y madurez en canales digitales



Este diagnóstico forma parte de las herramientas desarrolladas por **NetBrokrs** para fortalecer la **presencia digital y la experiencia del cliente** dentro del canal asegurador.

Su propósito es ayudarte a **identificar el estado actual de tus canales digitales, comprender cómo tus clientes interactúan con tu marca y ofrecerte una hoja de ruta práctica** para construir una experiencia moderna, cercana y alineada con las nuevas expectativas del mercado.

Nivel C3 – Digital-First

Qué significa estar en este nivel

Has alcanzado un nivel de madurez digital donde tus canales trabajan de forma integrada y tu comunicación con los clientes ya es ágil, profesional y consistente.

Ahora tu oportunidad está en **elegir la experiencia al siguiente nivel: automatizar lo que aún depende de tareas manuales, aprovechar los datos para tomar decisiones más inteligentes y ofrecer experiencias personalizadas y proactivas** que fortalezcan la lealtad del cliente.

 *En este nivel, la tecnología ya no solo te ayuda a comunicar, sino que te permite anticiparte a las necesidades de tus clientes.*

Acciones simples que puedes implementar desde hoy

Automatización inteligente y flujos proactivos

- Activa recordatorios automáticos personalizados para vencimientos, renovaciones o seguimientos.
- Configura mensajes predictivos basados en la etapa del cliente: cotización, renovación o siniestro.
- Usa flujos automáticos de bienvenida y postventa que mantengan activa la relación.

Por qué hacerlo: Te libera tiempo y garantiza una experiencia constante, incluso cuando tu equipo no está disponible.

Experiencia de autoservicio y acompañamiento digital

- Incorpora en tu web o portal botones de acción: “Descargar póliza”, “Solicitar asistencia”, “Reportar siniestro”.
- Ofrece un centro de ayuda o FAQ interactivo para resolver dudas simples sin intervención directa.
- Permite a los clientes agendar reuniones o cotizaciones desde tu página o chat.

Por qué hacerlo: El autoservicio bien diseñado mejora la satisfacción del cliente y reduce cargas operativas.

Comunicación personalizada a escala

- Segmenta tu base de datos por tipo de cliente o producto y envía mensajes específicos según sus intereses.
- Crea campañas automáticas con contenido educativo y de valor que fortalezcan tu marca.
- Usa analítica para entender qué tipo de mensajes generan más interacción o renovación.

Por qué hacerlo: La personalización construye fidelidad, y los datos te muestran qué acciones generan resultados reales.

Cultura digital y mejora continua

- Define indicadores clave de experiencia: tiempo de respuesta, satisfacción (NPS), fidelización.
- Reúne a tu equipo una vez al mes para revisar métricas y nuevas ideas digitales.
- Capacítate de forma constante en tendencias de experiencia del cliente y automatización.

Por qué hacerlo: Mantener una cultura de mejora continua te permite adaptarte rápido y mantener tu liderazgo.

Qué puedes empezar a medir

Qué medir	Cómo hacerlo	Para qué sirve
Tasa de interacción digital	Mide la participación en campañas, formularios y chats.	Evalúa qué tan activa es tu comunidad digital.
% de tareas automatizadas	Cuenta cuántos procesos se ejecutan sin intervención manual.	Detecta dónde aún puedes ganar eficiencia.
Satisfacción (NPS o CSAT)	Envía encuestas breves después de cada gestión.	Mide la calidad real de tu experiencia.
Retención de clientes	Compara renovaciones con clientes nuevos.	Identifica el impacto de tus acciones en la lealtad.



Escanea el código QR o haz clic en el botón para contactar a nuestro equipo experto y acceder a las soluciones que impulsarán tu plan de acción.

[Haz clic AQUÍ](#)