

16-17 MAYO

EL CLIENTE DEL FUTURO
EN SEGUROS

Sala Expansión del Seguro



27
CONVENCIÓN DE
ASEGURADORES
AMIS



**Atraer, Retener y Deleitar a los
clientes a través del servicio**

Mauricio Arredondo

Titular Desarrollo del Sector AMIS

Alfredo Nicolai

Catedrático ITAM

A hand holding a magnifying glass over a field of person icons, with the text "¿Quién es mi cliente?" overlaid. The background is a blurred image of a person in a blue shirt. The top of the slide features a colorful, abstract geometric pattern in shades of pink, blue, green, and yellow.

**¿Quién es
mi cliente?**



¿El que decide comprar un seguro?

¿El que paga el seguro?

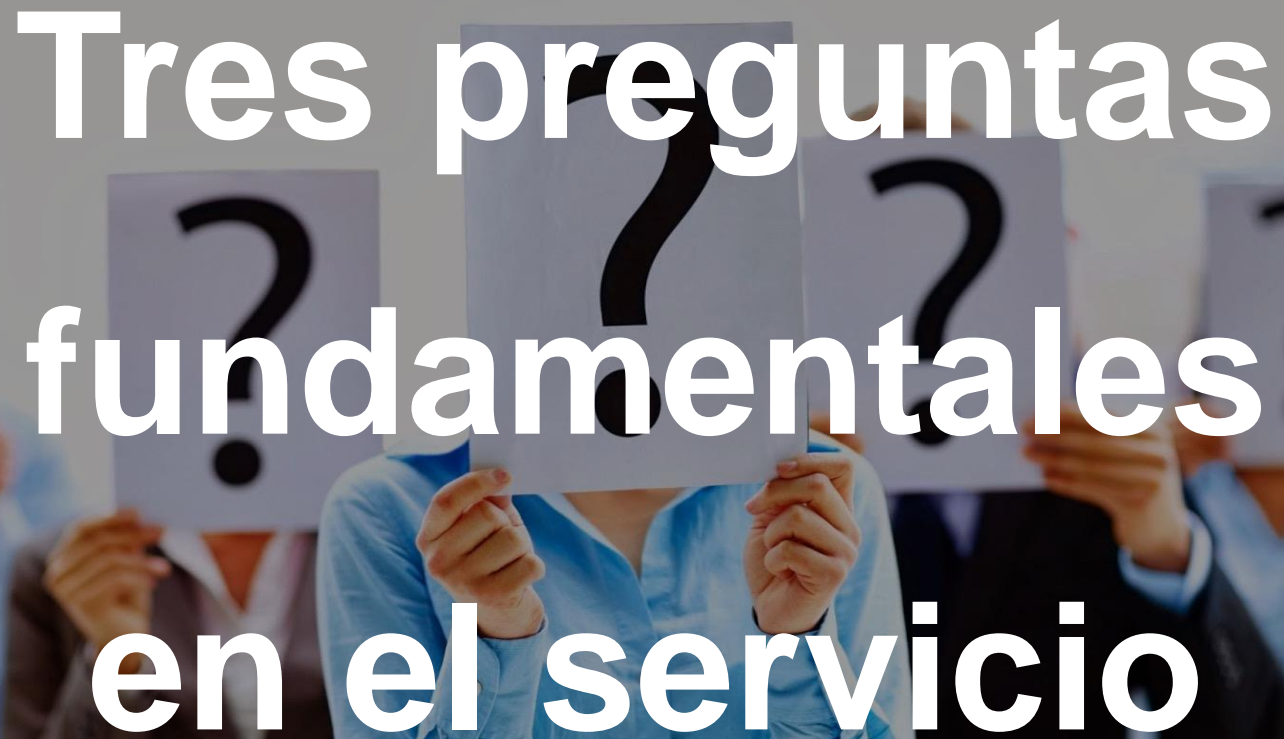
¿El beneficiario que usa el seguro?



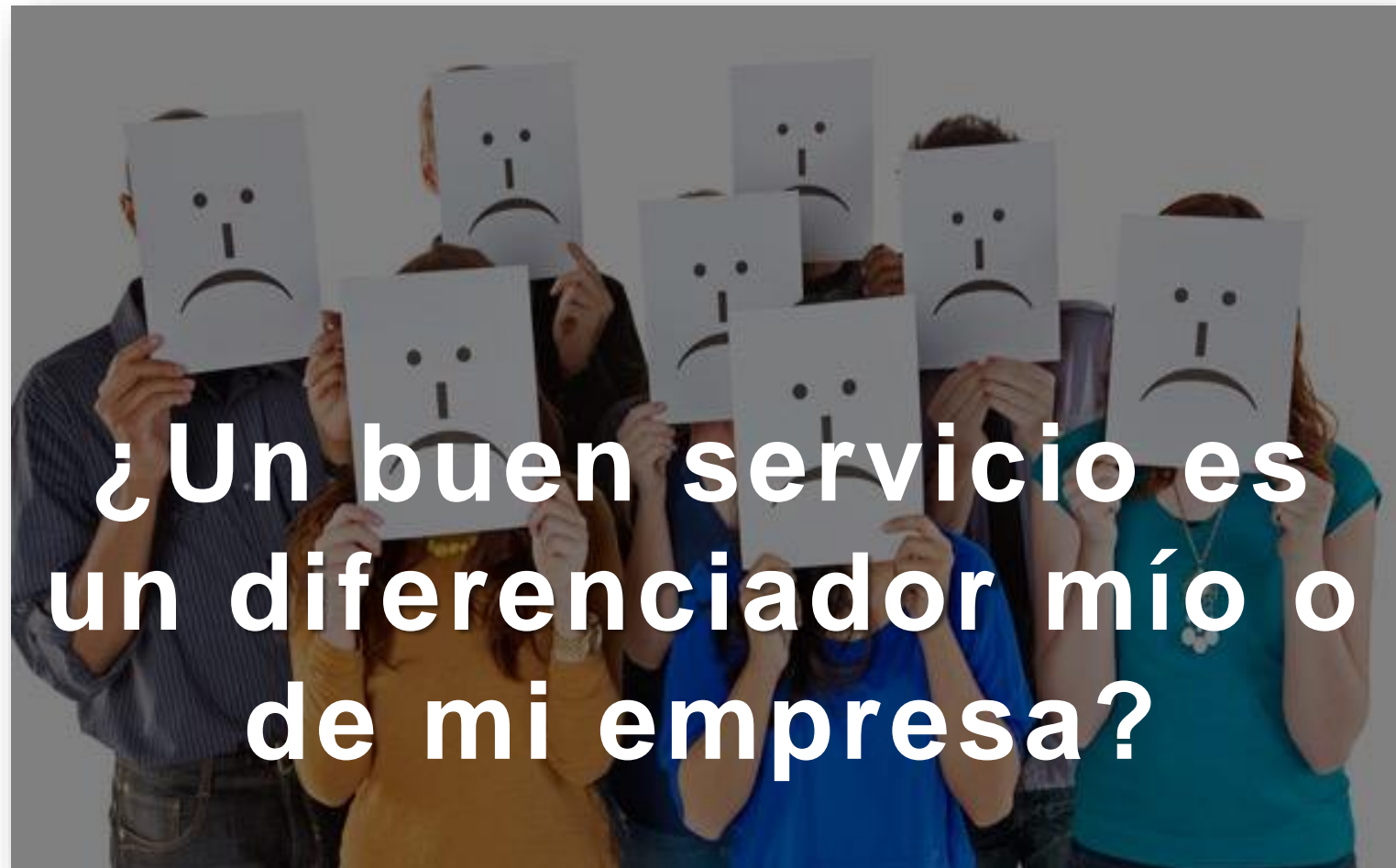
**Servicio estándar a todos
los participantes en el
proceso es igual a...**



Insatisfacción

A group of people, mostly in light blue shirts, are holding up white signs with large black question marks. The scene is slightly blurred, suggesting a busy or uncertain environment. The text is overlaid on this image.

Tres preguntas fundamentales en el servicio



**¿Un buen servicio es
un diferenciador mío o
de mi empresa?**

A group of people, including men and women, are holding up white cards that feature a simple, sad face drawing. The cards are held in front of their faces, obscuring them. The background is a plain, light-colored wall. The overall scene suggests a survey or a collection of customer feedback, specifically focusing on negative experiences.

¿Alguno de ustedes o de sus empresas da mal servicio a sus clientes ?

A group of approximately ten people are standing in a line, each holding up a white card that completely obscures their face. Each card features a simple, black line drawing of a sad face with a downward-curving mouth and two dots for eyes. The people are dressed in casual attire, including a blue striped shirt, a yellow sweater, a blue t-shirt, and a teal t-shirt. The background is a plain, light-colored wall. The overall scene suggests a group of dissatisfied customers or a survey of public opinion.

¿El cliente satisfecho es leal?



**3 elementos
para un
excelente
servicio**

**La promesa del
servicio**

**Sirve
para
atraer
clientes**





**La operación del
negocio**

**Sirve para
retener
clientes**



Los momentos de la
verdad

Sirve para
deleitar
clientes



**La promesa de
servicio**

**Quando yo
compro...**

Obtengo...

La promesa de servicio



**When it absolutely, positively
has to be there overnight.**



Operación del negocio



**Los momentos de la
verdad**





Finalmente

**El mejor consejo para
mejorar su servicio**

TOP SECRET

A close-up photograph of a middle-aged man with a frustrated expression, shouting into a black telephone receiver. His eyes are wide and his mouth is open in a yell. The background is dark and out of focus.

**Supongan que su
servicio es:
¡¡¡ Malo !!!!**



GRACIAS
POR SU ATENCIÓN

¿Quién me robo al cliente?



Lo que dicen los directivos		Lo que dicen los clientes	
Precio elevado		Mal servicio al cliente	
Necesidad de cambio del cliente		Deficiente calidad	
Mal servicio al cliente		Precio elevado	
Deficiente calidad		Deficiente funcionalidad	
Conveniencia		Conveniencia	
Deficiente funcionalidad		Necesidad de cambio del cliente	
Otros		Otros	

Muchos de los encuestados respondieron con más de un motivo. Por ello la suma supera el 100%
 Tabla elaborada en base al libro “Fidelización del cliente” de Juan Carlos Alcalde

Lo que dicen los directivos		Lo que dicen los clientes	
Precio elevado	49%	Mal servicio al cliente	74%
Necesidad de cambio del cliente	35%	Deficiente calidad	32%
Mal servicio al cliente	21%	Precio elevado	25%
Deficiente calidad	19%	Deficiente funcionalidad	14%
Conveniencia	16%	Conveniencia	9%
Deficiente funcionalidad	15%	Necesidad de cambio del cliente	9%
Otros	18%	Otros	16%

Muchos de los encuestados respondieron con más de un motivo. Por ello la suma supera el 100%
 Tabla elaborada en base al libro “Fidelización del cliente” de Juan Carlos Alcalde