avanta FLAT 101

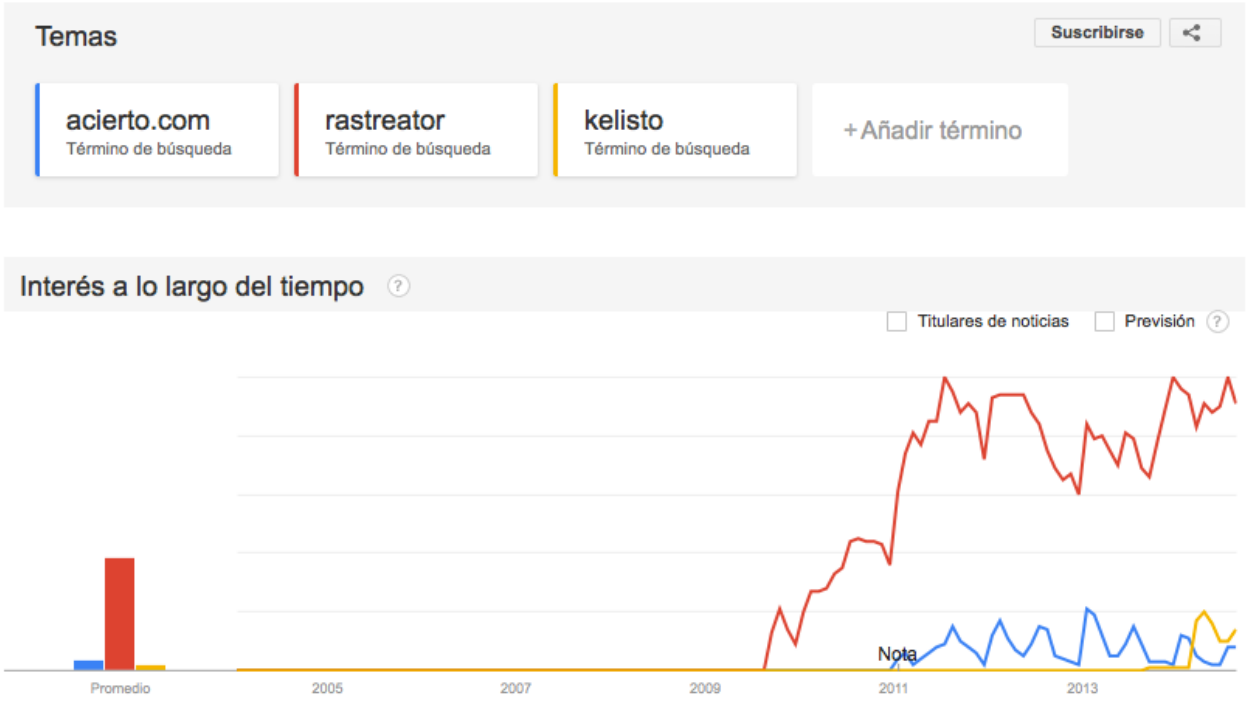
Proyecto Correduría Digital 360º

1.- Introducción

En los últimos 5 años se ha producido una explosión en la demanda de productos y servicios comercializados a través del canal. Esta situación se ha acelerado con la llegada de las tarifas de datos en los tablets y smartphones. Según los últimos datos, cada 100 habitantes hay 68 tarifas planas de datos.

Este aumento de la demanda ha propiciado la llegada de nuevos players a todos los sectores, intentando replantear modelos de negocio ya asentados. Un claro ejemplo es el sector de los seguros con los comparadores.

A continuación se muestra un gráfico donde se analiza el volumen de los 3 principales comparadores de seguros. Ninguno de ellos existía en 2009.



Un factor significativo para este crecimiento ha sido la utilización del mass-media para conseguir reconocimiento de marca (branding) en muy poco tiempo.

Un factor significativo para este crecimiento ha sido la utilización del mass-media (como la televisión) para conseguir reconocimiento de marca (branding) en muy poco tiempo.

Extracto de anuncio en TV de kelisto. Uno de los últimos en aparecer en la guerra de comparadores de seguros.

¿Cuál ha sido el efecto en el sector de los seguros?:

Es indudable que la velocidad de penetración y popularización de los comparadores ha sido vertiginoso, provocando el cambio de hábito de búsqueda de los usuarios. Esto ha provocado la pérdida de cuota de mercado de players tradicionales, como las correduría de seguros.

¿Es reversible esta situación?:

Probablemente el nivel de recursos de los que dispone un comparador es mayor, pero existen acciones concretas con un coste ajustado que pueden realizar las correduría para evitar la fuga de clientes. Estas acciones están enfocadas a la diferenciación de servicio basado en la experiencia, la confianza y el trato de tú a tú, algo que no están ofreciendo los comparadores.

Con este espíritu y cometido nace el proyecto Correduría Digital 360º.

2.- ¿Quiénes somos?

Codeoscopic:

Codeoscopic S.A. es un consultora tecnológica, fundada en Madrid en abril de 2009, especializada aplicaciones enriquecidas (Rich Internet Applications) y en el negocio asegurador.

El equipo de Codeoscopic está formado esencialmente por reconocidos expertos en las tecnologías Adobe Flex y Java, con una amplia experiencia en el desarrollo de sistemas para grandes corporaciones, tanto a nivel nacional como internacional.

El equipo directivo de Codeoscopic está formado por profesionales de dilatada trayectoria en el sector asegurador.

La experiencia combinada de este equipo de profesionales garantiza el alineamiento de las soluciones implantadas con las necesidades de Pelayo como entidad y con la situación actual del mercado asegurador.

La innovación y calidad que distinguen a nuestras soluciones están fundamentadas en el talento individual y el compromiso de cada uno de nuestros profesionales.

Entre los principales clientes de Codeoscopic encontramos empresas líderes en diversos sectores, como finanzas, seguros, sanidad, moda y formación, entre otros, así como diversos organismos de las administraciones públicas.

Codeoscopic es Solution Partner de Adobe, y sus oficinas principales se ubican en Madrid y Barcelona.

Flat 101:

Flat 101 somos un agencia digital con sede en Zaragoza y Madrid.

Desde el año 2006 formamos un equipo de trabajo consistente, homogéneo y orientado a la consecución de resultados de negocio tangibles, especializados en soluciones digitales: ecommerce, conversión, marketing online y servicios de alto rendimiento.

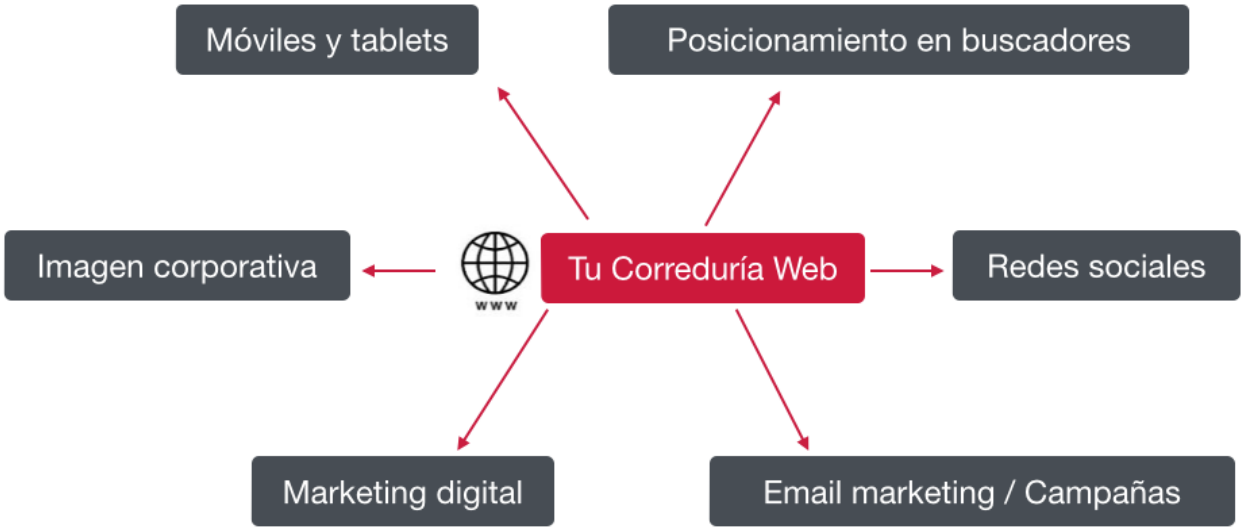
En estos 8 años hemos vivido muchas cosas y hemos aprendido mucho sobre vender online, captar y fidelidad clientes, pudiendo aportar ese conocimiento a nuestros clientes cada día

Actualmente somos 14 personas que trabajamos en equipo para conseguir los mejores resultados de conversión y transacción en los proyectos en que trabajamos.

Desarrolladores, diseñadores, analistas, UX, gestores de proyectos... todos

alineados y todos participando. Es el único camino que conocemos.

3.- ¿Qué es “Correduría Digital 360º”?



Todos los servicios que tu correduría necesita en internet.

Con Correduría Digital 360º obtendrás:

- **Móviles y tablets:** Tu web accesible en cualquier momento y desde cualquier dispositivo, bien sea ordenador, tablet o smarphone.
- **Posicionamiento en buscadores:** Tus clientes no te encontrarán si tu web no está preparada para Google.
- **Imagen corporativa:** Porque una imagen vale más que mil palabras. Transmite a tus clientes una imagen profesional a través de los canales offline / online.
- **Marketing digital:** Una buena estrategia puede convertir tu web en una potente herramienta de captación y fidelización de clientes.
- **Campañas Email marketing:** Comunícate de forma efectiva y da a conocer tus servicios con campañas de emailing y publicidad.
- **Redes sociales:** Asesoramiento para llegar a tus clientes y futuros clientes que están en las diferentes redes sociales.

3.1- Tu web para vender y fidelizar

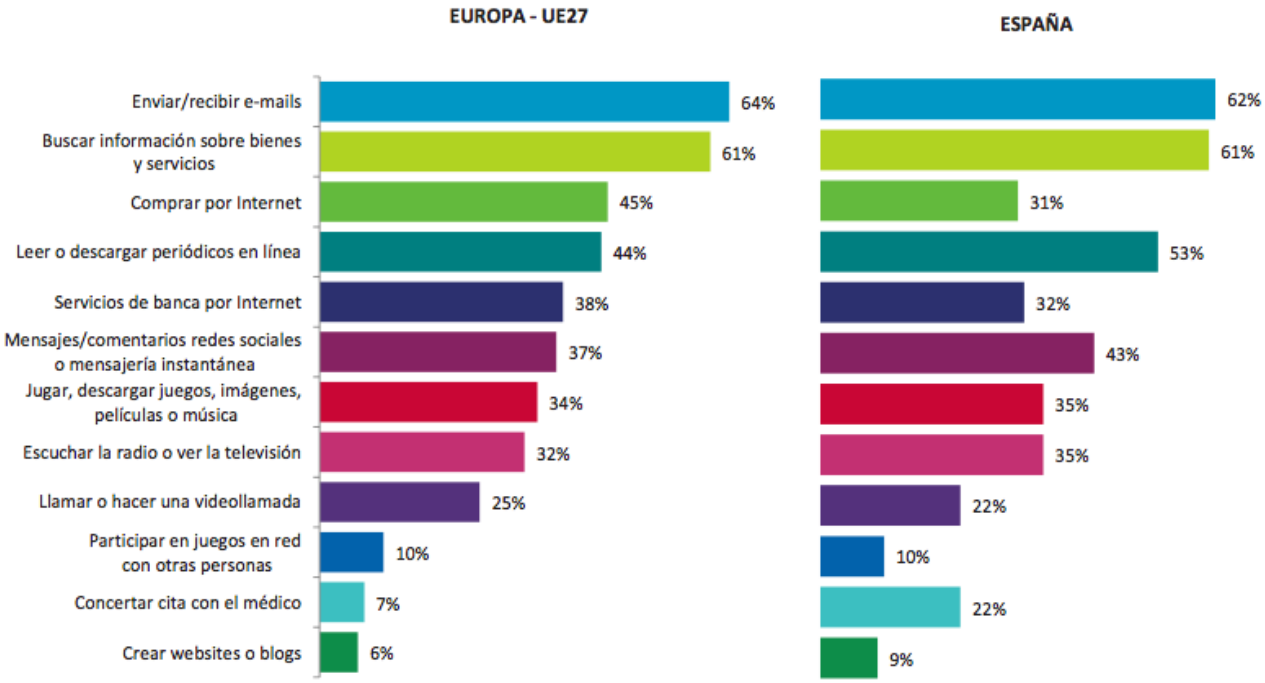
- **9 de cada 10 compradores saben lo que van a comprar antes de llegar a la tienda.**
- **8 de 10 personas tienen ya en su mente una selección de las marcas que consideraría a la hora de compra**

Fuente: Deloitte

Basándonos en el comportamiento de los clientes, resulta indudable que disponer de presencia online es fundamental hoy en día. Si no estás en internet no existes.

Tras el correo electrónico, las principales actividades del usuario en la red son "buscar información sobre bienes y servicios" y "comprar por internet"

FIGURA 16. PRINCIPALES USOS DE INTERNET EN LA UE27 Y EN ESPAÑA -2012-



Fuente: Informe anual de la sociedad de la información

Pero, ¿es suficiente con simplemente tener una página web?. Desde luego es el primer paso (necesitan saber que existes), pero la respuesta es un rotundo NO.

El usuario está acostumbrado a comparar y está acostumbrado a tener información veraz de forma rápida. Esta es la causa que ha producido la rápida popularización de los comparadores online, como Acierto, Rastreator o Kelisto.

Es por ello por lo que una empresa no necesita una simple web corporativa, sino una verdadera estrategia online 360º que de respuesta de forma transversal a lo que nuestro cliente solicita.

Esta es la única manera de que nuestro cliente conozca las virtudes de contar con los servicios de una correduría de seguros: experiencia, trato cercano, precio, etc.

3.2- Móviles y tablets

- **La búsqueda online y a través del móvil se consolidan como métodos principales de búsqueda de información y de comparación de precios.**
- **Además es la fuente más frecuentemente usada y más influyente en la compra**

Fuente: Estudio ONTSI Comercio Electrónico

Una prueba de que la mera presencia en internet es insuficiente es el uso de los dispositivos móviles (smartphones y tabletas por parte de los usuarios).

Disponer de una página web efectiva y adaptada a este tipo de dispositivos ha pasado de ser una opción a una obligación.

3.3- Imagen corporativa

Al aspecto de la correduría en internet determinará la opinión de nuestros usuarios, y por tanto será un claro condicionante a la hora de tomar un decisión de contratación o compra.

¿Qué es lo que tenemos que tener en cuenta?. **Simplemente explotar al máximo todas las posibilidades de impresionar al usuario**: un logotipo moderno, unos colores corporativos agradables a la vista, fotos de calidad de las instalaciones, ventajas claras y directas de por qué elegirnos, imágenes de las personas que van a estar al servicio del cliente, etc.

3.4- Marketing digital

El marketing online es una forma manera de hacer marketing tradicional a través de un nuevo canal de comunicación como es internet.

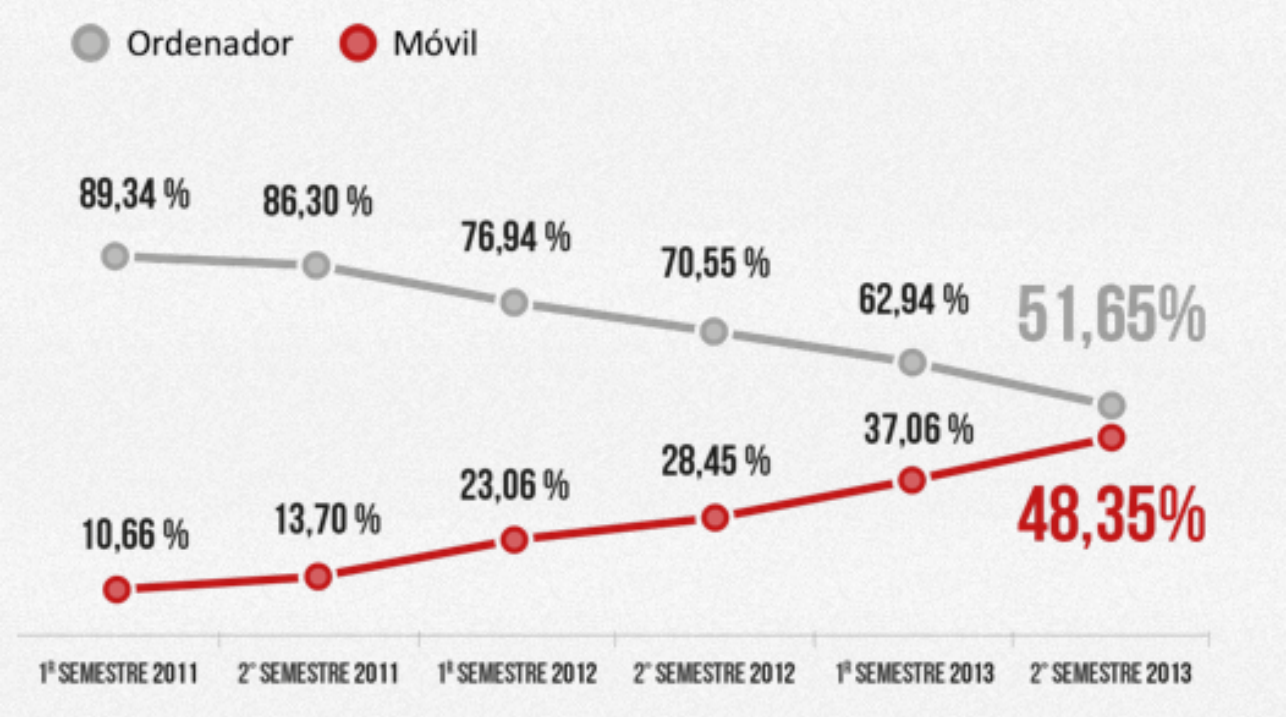
Debido a que se trata de una disciplina relativamente nueva, es frecuente que las campañas no estén bien orquestadas y coordinadas. Esto redunda en acciones poco fructíferas.

Para conseguir una acción comercial de éxito se ha de tener una visión conjunta y sobretodo conocer de primera mano el medio en el que nos encontramos:

- Dónde está nuestro cliente potencial
- Cómo vamos a poder llegar a él
- Cual es la forma más efectiva de que llegue mi mensaje comercial.
- De qué manera se coordinan las acciones offline y online
- Cómo medir el éxito de una acción en concreto.

3.5.- Email marketing / campañas

- **2013 fue el año con mayor crecimiento de aperturas de email marketing en móvil**
- **La apertura de emails desde dispositivos móviles crece, y la**



tendencia es que supere al ordenador de escritorio.

Fuente: Barómetro Splio

Además del email marketing existen otras formas de captación de usuario a tener en cuenta para traer un flujo constante de clientes:

- **SEO**: Se trata de la optimización en buscadores, es decir, conseguir visibilidad en los resultados de los buscadores (Google, Yahoo, Bing).
- **Banners**: Anuncios gráficos insertados en páginas web y soportes donde se encuentra el usuario potencial de contratación.
- **SEM**: Campañas online a través del pago por búsquedas concretas. Ej: "correduria en bilbao"
- **Otros medios**: campañas de afiliación, patrocinios, redes sociales, etc.

3.6.- Redes sociales

- **1 de cada 3 internautas ha establecido una relación con la marca a través de redes sociales**

- **Las opiniones y comentarios en la Red tienen un importante papel de prescripción. En las compras online casi 8 de cada 10 compradores manifiesta haber leído opiniones en Internet**

Fuente: Estudio ONTSI Comercio Electrónico

Las redes sociales se han convertido en un canal directo, inmediato y distendido para poder entablar una conversación con la empresa.

Este canal además sirve como plataforma para la prescripción, ya que permite que usuarios con nombre y apellidos puedan opinar y recomendar los servicios ofrecidos.

Debido a que el canal social suele estar enmarcado dentro del tiempo de ocio, es fundamental tener unas pautas para poder comunicarnos de forma adecuada, tanto en tipo de lenguaje, como en frecuencia y contenidos que objetivamente puedan ser del interés para el cliente potencial.

4.- Planes Correduría Digital 360º

El proyecto correduría digital 360º es un **conjunto de soluciones a tu medida**, tanto si ya tienes una web en marcha, como si estás pensando en crear una.

Se trata de **servicios a la carta** que puedes escoger y combinar a tu libre elección.

Los servicios están enfocados a mejorar parcelas de tu estrategia digital: presencia, imagen corporativa, captación de tráfico, campañas, redes sociales, etc.

Plan Tu Web: Para los que no tienen web o quieren cambiarla

Plan SEO: Una auditoría completa a tu web para mejorar tu posicionamiento

Plan Redes Sociales: Te ayudamos a tener una estrategia en redes sociales.

Plan Campañas Email Marketing: Cómo captar / fidelizar clientes.

4.1 Plan Tu web

Si no tienes página web o la que tienes no tiene el rendimiento comercial que esperas, este plan es el que necesitas, ya que incluye:

- Creación de página web utilizando **estándares**
- Adaptación para la correcta **visualización en tabletas y smartphones**.
- Estructura optimizada para **motores de búsqueda**, como Google
- Incorporación de toda la **cartera de productos y servicios**.
- Diseño de **imagen corporativa** a partir del logotipo y colores corporativos
- Captación de clientes a través de **formulario de contacto**.

Y si lo deseas puedes contratar el servicio de hosting para no preocuparte de nada.

Este servicio incluye:

- Hosting de la página web en nuestros servidores
- Copias de seguridad periódicas
- Soporte técnico y monitorización

4.2 Plan SEO: Haz que tus clientes te encuentren

SEO (Search Engine Optimization) o posicionamiento en buscadores. Es decir, que la web aparezca en las primeras posiciones cuando un usuario está buscando información o servicios que ofertan las correduría de seguros.

El plan SEO consiste en una completa auditoría del sitio web para conocer en detalle la radiografía actual de la web. Es indiferente si ya tienes web o estás pensando en crear una, ya que se acompaña de otras acciones orientadas a la mejora, como son la creación/mejora de meta títulos, meta descripciones, idoneidad de contenidos, revisión de Google Local (para negocios locales), etc.

Por último se incluye una sesión de trabajo para repasar el status del sitio y plantear siguientes pasos.

ACCIONES INCLUÍDAS EN EL PLAN SEO	
Auditoría global	Revisión de los 20 aspectos más críticos en el posicionamiento web relacionados con la arquitectura general del sitio. En el informe se incluyen recomendaciones y consejos prácticos.
Mejora de títulos y descripciones en resultados de buscadores (ejemplo Google): Título: Kalibo **Correduria de Seguros** www.kalibo.com/ Descripción: En Kalibo **Correduria de Seguros** contrate sus seguros personales y ... Kalibo **Correduria de Seguros**, inscrita en el Registro Mercantil de **Zaragoza**, T-2159, L-0 ... Revisión y recomendaciones Title (Hasta 20 páginas) Revisión y recomendaciones: Descriptions (Hasta 20 páginas)	
Búsquedas locales	Revisión de Google Local para optimización de búsquedas locales. Ejemplo: “seguro de coches en Bilbao”
Contenidos del sitio	Revisión y recomendación de contenidos de interés para clientes.
Sesión de trabajo	Reunión a través de videoconferencia para revisión de auditoría y cambios de mejora propuestos.

4.3 Plan Redes Sociales: Comunícate con tus clientes

Las redes sociales pueden convertirse en un auténtico aliado para captar / fidelidad clientes, pero para que esto ocurra es necesario tener una presencia acorde y una estrategia concreta de pautas a aplicar en el día a día.

Da igual que tengas web o esté pensando en crear una nueva. Con el plan de redes sociales conseguirás tener las herramientas necesarias para poder interactuar con tu clientes.

ACCIONES INCLUÍDAS EN EL PLAN REDES SOCIALES	
Facebook: Creación y customización de página	Damos de alta tu empresa en la red social y le damos tu imagen corporativa: diseño, logotipo, eslogan, principales datos de contacto.
Facebook: Dinamización de página	Consejos, tips y optimización: tu página de Facebook dinámica y en constante crecimiento
Twitter: Creación y customización de página	Damos de alta tu empresa en la red social y le damos tu imagen corporativa: diseño, logotipo, eslogan, principales datos de contacto.
Twitter: Dinamización de perfil	Consejos, tips y optimización: tu perfil de Twitter en constante cambio
LinkedIn: Creación y customización de página	Damos de alta tu empresa en la red social y le damos tu imagen corporativa: diseño, logotipo, eslogan, principales datos de contacto.
LinkedIn: Dinamización de perfil	Consejos, tips y optimización: tu perfil de LinkedIn en constante cambio
Seguimiento	Reunión a través de videoconferencia para organización y revisión de plan de trabajo y resultados.

4.3 Plan Campañas Email Marketing: Tu estrategia digital

Los estudios e informes anuales confirman el auge y el buen funcionamiento del email marketing como medio para transaccionar. Para que una campaña tenga el éxito esperado y no se quede en el olvido es necesario un proceso de preparación:

- Identificación de target
- Diseño de mensaje promocional
- Carga en herramienta tecnológica para evitar caer en spam
- Envío y revisión de resultados

Tanto si tienes web como si estás pensando en construir una nueva desde cero podemos ayudarte con el plan Email Marketing, ya que dispondrás de una plantilla preparada para recepción en escritorio, tablet y smartphone. Además tendrás las pautas y serás capaz de interpretar resultados y proponer acciones realmente efectivas.

ACCIONES INCLUÍDAS EN EL PACK EMAIL MK / CAMPAÑAS	
1.- Estrategia	Diseño de campaña y elección de target de clientes
2.- Elaboración	Preparación de la plataforma de emailmarketing
3.- Planificación	Selección de fecha y hora exacta para captación máxima.
4.- Lanzamiento	Envío de la campañas al target seleccionado a través de la plataforma
5.- Seguimiento	Trazabilidad y medición de la acción.
6.- Resultados	Interpretación y reporting.
Formación final	Sesión de trabajo formativa para próximos envíos