

RANKING DE PRESENCIA EN INTERNET DE ENTIDADES ASEGURADORAS XXVIII

RGARE International
Ibérica

iA innovación
aseguradora

Primer semestre 2020

En el primer semestre del año 2020 la estrategia de las aseguradoras ha cambiado sobre todo a nivel de páginas web. El parámetro que está creciendo con mayor tendencia es el de personalización de cookies.

En esta edición se han actualizado parámetros obsoletos y contabilizado positivamente a las aseguradoras que incluían un apartado FAQ en sus productos.



I EDICIÓN 2020

71 aseguradoras

El presente ranking observa un cambio relevante en las posiciones generales del ranking respecto a la edición anterior. Mientras que la parte superior de la tabla ha sido más estable, la parte media ha tenido una gran y mezclada variación de posiciones.

Desde la última edición, el presente ranking ha actualizado principalmente dos parámetros: se ha eliminado el botón de tuit, puesto que este parámetro era puntuado por todas las aseguradoras que tuvieran perfil de Twitter, y se ha contabilizado, en el parámetro web de las FAQ (preguntas más frecuentes) no solo si están presentes en la página web de inicio, sino también si figuran en las páginas de los productos, bien sea para tarifificar u obtener información.

En esta edición se ha comprobado que el área que mas ha variado ha sido el de “página Web”. Por un lado un gran número de aseguradoras ha actualizado el diseño de su página web, viéndose afectada positivamente su puntuación al haber incluido un mayor número de parámetros. Por otra parte, un notable número de aseguradoras ha incluido la opción de poder personalizar las cookies de navegación.

El área de redes sociales, al ser la más dinámica, también ha observado cambios relevantes en sus posiciones. ARAG obtiene el primer puesto, arrebatando el liderazgo a Legálitas. El podio se ve completado por PSN, que escala 6 puestos y MAPFRE, que conserva el bronce. La mayoría de cambios en esta área se debe a una distinta frecuencia de publicaciones de contenido en el momento del análisis. Mientras que en Twitter y Facebook se valora si ha habido una publicación en las últimas 24 horas, en YouTube se observa si se ha publicado un vídeo en los últimos dos meses. Muchas aseguradoras han congelado su actividad de YouTube, presumiblemente por el contexto de la pandemia. En este área, algunas aseguradoras conservan, desde la última edición, hipervínculos a sus perfiles de redes sociales que no funcionan, o prefieren que estos sean para compartir la página y no para visitar dichos perfiles. Instagram sigue siendo la red social con un mayor índice de crecimiento respecto a las demás.

El área que menos variación ha sufrido es la de APPs. No se identifica ninguna modificación en las funcionalidades de las aplicaciones por parte de las aseguradoras, aunque sí se ha observado que una de ellas ha incorporado una aplicación, o bien, han vinculado su descarga a la página web de inicio, como es el caso de Nationale-Nederlanden.

Sin embargo, dos aseguradoras han eliminado este vínculo, por lo que la situación del sector queda en 35 aseguradoras que vinculan su app a la página web de inicio, representando así el 49% del sector.

El área de venta online ha sido de las más estáticas. Una tendencia de innovación que veníamos observando era la de implementar sistemas de pago para poder habilitar una tarificación 100% online. Sin embargo, esta tendencia se ha estancado desde algunas ediciones, por lo que podríamos asumir que el sector, o bien ha alcanzado la faceta más avanzada posible, o bien irá evolucionando a un ritmo más paulatino a este respecto.

En el área blog observamos que dos aseguradoras han eliminado el hipervínculo a esta plataforma en su página web de inicio. Sin embargo, la puntuación general del área, contando a todas las aseguradoras, ha aumentado, mayormente porque aquellas aseguradoras que han seguido poniendo a disposición de los usuarios un blog, han tenido una mayor constancia en la publicación de contenidos.

En definitiva, en esta edición no se perciben cambios relevantes de tendencia, aunque destaca, respecto a la anterior, el número de aseguradoras que han implementado la personalización de las cookies así como aquellas que han cambiado el diseño de su página web. En el resto de áreas no se percibe un avance significativo en lo que respecta a su innovación.

LA INNOVACIÓN YA NO SE PLANTEA EN TÉRMINOS DE DISRUPCIÓN, SINO DE CONSOLIDACIÓN. LAS ASEGURADORAS HAN ALCANZADO UN NIVEL ESTABLE, CENTRÁNDOSE EN TRABAJAR ESPECIALMENTE LOS ASPECTOS REGULATORIOS Y LOS DISEÑOS DE LA PÁGINA WEB.

RANKING GENERAL



 **MAPFRE**

89%

2



80%

3



73%

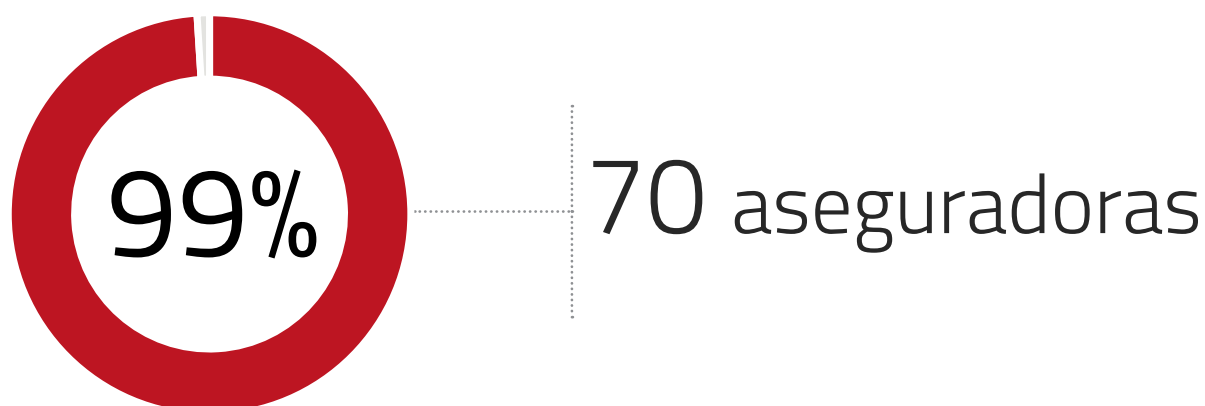
PUESTO	ASEGURADORA	PUNTUACIÓN	DIFERENCIA
4	GENERALI	71,10 %	+1
5	MUTUA MADRILEÑA	70,23 %	-3
6	FIATC	68,46 %	0
7	AMA	66,02 %	+4
8	ASISA	64,10 %	0
9	PSN	63,92 %	+1
10	DIRECT SEGUROS	63,83 %	-3
11	CASER	59,16 %	+8
12	CATALANA OCCIDENTE	58,92 %	-3
13	SANTALUCÍA	58,76 %	-1
14	DKV	58,60 %	+2
15	REALE	58,38 %	-2
16	FENIX DIRECTO	55,67 %	-2
17	DAS	55,45 %	-2
18	NATIONALE-NEDERLANDEN	54,99 %	+12
19	LINEA DIRECTA	54,95 %	+1
20	PLUS ULTRA	53,94 %	-3
21	PELAYO	52,76 %	0
22	SEGUROS BILBAO	51,76 %	-4
23	IMQ	50,62 %	-1
24	ZURICH	47,62 %	+1
25	PREVENTIVA SEGUROS	47,45 %	+21
26	MUTUA DE PROPIETARIOS	47,17 %	+1
27	VERTI	46,61 %	-4
28	SURNE	45,53 %	-4
29	LEGALITAS	44,20 %	-3
30	EUROP-ASSISTANCE	43,90 %	+13
31	NORTEHISPANA	43,33 %	-3
32	AEGON	42,89 %	-1
33	ALLIANZ	42,87 %	+2
34	MGS SEGUROS	42,15 %	-5

PUESTO	ASEGURADORA	PUNTUACIÓN	DIFERENCIA
35	CESCE	41,71 %	-3
36	SANITAS	40,93 %	+4
37	LAGUN ARO	39,68 %	-3
38	MMT	39,51 %	+3
39	ERGO SEGUROS VIAJE	38,61 %	-3
40	DIVINA PASTORA	37,81 %	-1
41	LIBERTY SEGUROS	37,09 %	-8
42	HELVETIA	36,42 %	-5
43	PREVISION MALLORQUINA	35,93 %	-1
44	MUTUALIDAD DEL LEVANTE	34,01 %	+9
45	GENESIS	32,25 %	-7
46	SEGUROS MERIDIANO	31,92 %	-2
47	HNA	31,69 %	+5
48	PREVISORA GENERAL	31,69 %	-3
49	CIGNA SALUD	29,91 %	0
50	AGRUPACION SANITARIA SEGUROS, S.A.	29,36 %	-3
51	CLINICUM SALUT	29,21 %	-3
52	FIDELIDADE	28,46 %	-2
53	UNION ALCOYANA	27,29 %	+3
54	OCASO	26,32 %	-3
55	AGRUPACIO MUTUA	25,65 %	0
56	CREDITO Y CAUCION	25,27 %	-2
57	METLIFE	24,97 %	+1
58	MUTUAL MEDICA	24,13 %	+1
59	AURA	23,70 %	+4
60	GES SEGUROS	22,54 %	0
61	ASISTENCIA SANITARIA COLEGIAL	21,06 %	+1
62	MUSSAP	18,81 %	-1
63	HISCOX	18,20 %	+2
64	SEGURCAIXA ADESLAS	17,38 %	0
65	CNP PARTNERS	15,96 %	-8

PUESTO	ASEGURADORA	PUNTUACIÓN	DIFERENCIA
66	ASEFA	14,18 %	+2
67	MARKEL	14,07 %	-1
68	MUT. GRAL. DE CATALUNYA	11,14 %	-1
69	BERKLEY	10,26 %	0
70	ALMUDENA SEGUROS	7,16 %	0
71	AIG	4,24 %	0

WEB

PÁGINA WEB RESPONSIVE



Solo una aseguradora del sector asegurador no tiene página web que se adapte a la resolución de los dispositivos móviles.

FAQ (PREGUNTAS MÁS FRECUENTES)



Debido a un cambio en la evaluación de este parámetro, el número de aseguradoras respecto a la pasada edición que incluye preguntas más frecuentes en su página web, se ha incrementado en 14. En esta edición, se ha valorado la presencia de FAQ tanto si están en la página web de inicio, como si aparecen en las páginas de los productos.

WEB



97%



 **MAPFRE**

93,9%

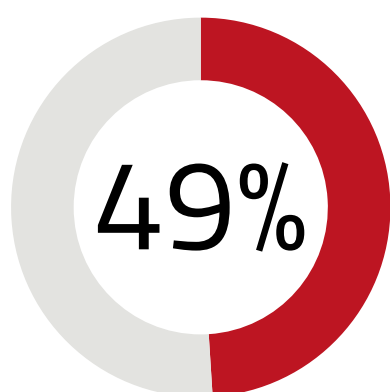


Sanitas 

93,9%

APP

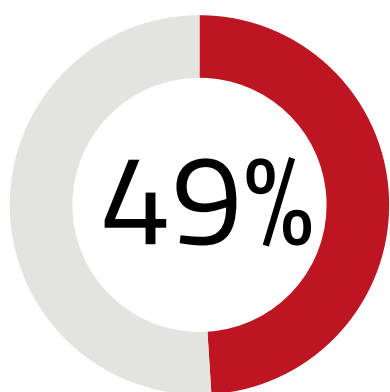
TIENEN APP



35 aseguradoras (-1)

Dos aseguradoras han desvinculado la aplicación móvil de su página web de inicio, mientras que una aseguradora la ha añadido, dejando un balance total de -1 respecto a la edición anterior.

COMUNICACIÓN SINIESTROS



17 aseguradoras (+1)

El 49% de las aplicaciones móviles de las aseguradoras permite la comunicación de siniestros. Respecto a la anterior edición, este número ha aumentado en 1 debido a la nueva incorporación de una app por parte de una aseguradora.

APP



 **MAPFRE**

95%

2-3

2-3

Direct.
Seguros

FIATC 
S E G U R O S

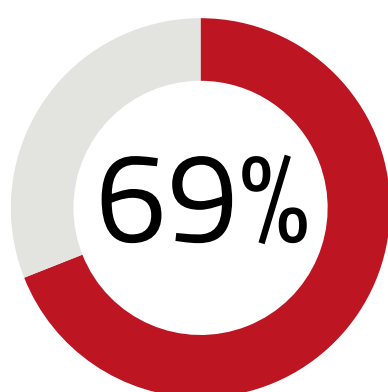
85%

85%

BLOG



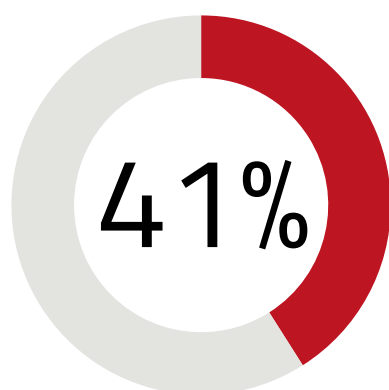
TIENEN BLOG



49 aseguradoras (+1)

La mayor parte del sector asegurador vincula sus blog a las páginas web de inicio. Este índice se ha incrementado en un punto porcentual desde la anterior edición.

SUSCRIPCIÓN



20 aseguradoras (+2)

De las aseguradoras que tienen blog, el 41% ha implementado un sistema de suscripción. Contamos dos aseguradoras más que han implementado dicha funcionalidad, siendo una la que ha estrenado blog en esta edición.

BLOG



100%

100%

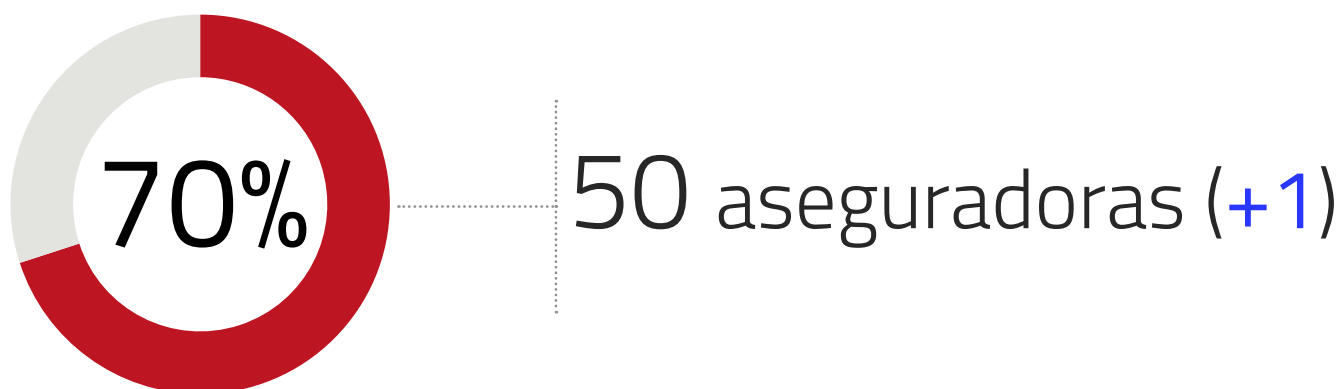


100%

100%

VENTA ONLINE

PRESUPUESTO



El parámetro de presupuesto también se va consolidando puesto que el número de aseguradoras que ofrecen la posibilidad de obtener precio va aumentando desde hace varias ediciones.

CHAT DURANTE TARIFICACIÓN



De las aseguradoras que ofrecen la posibilidad de tarificar online, el 15% ofrece un chat de asistencia durante la tarificación del producto.

VENTA ONLINE



100%

2-6

2-6

2-6

2-6

2-6

DKV



MAPFRE



86%

86%

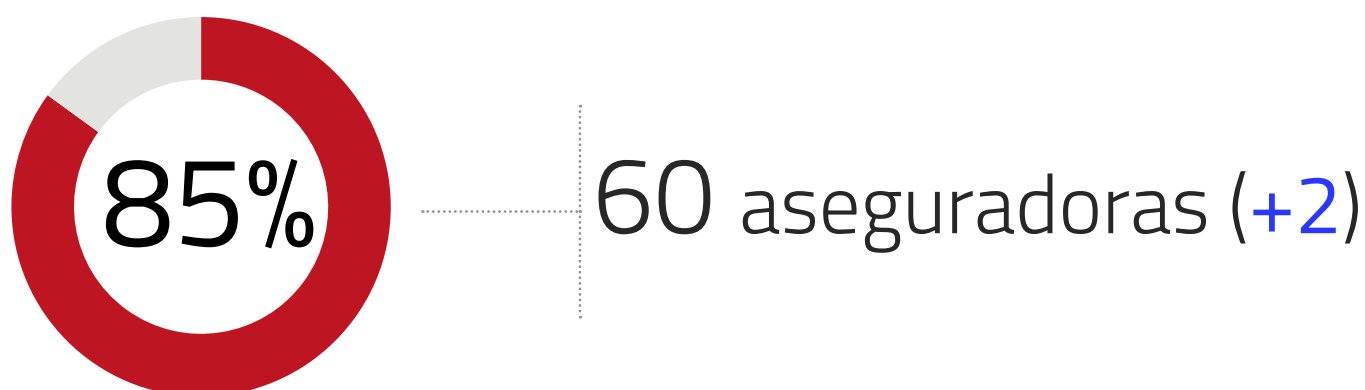
86%

86%

86%

REDES SOCIALES

TIENEN REDES SOCIALES



El número de aseguradoras que vinculan sus perfiles de redes sociales a la página web de inicio se ha visto incrementado en 2. Todavía existen 11 aseguradoras que han decidido o bien no tener redes sociales, o no vincular las mismas a su página web de inicio.

PUBLICACIÓN EN FACEBOOK EN LAS ÚLTIMAS 24 HORAS



De las aseguradoras que tienen perfil en Facebook, el 80% han realizado una publicación dentro de las últimas 24 horas.

REDES SOCIALES



90%

2

PSN

86,00%

3

 **MAPFRE**

85,60%



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

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

INSTAGRAM

Seguidores
Stories destacadas
2 publicaciones últimas 48 hrs
Engagement

BLOG

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

VENTA ONLINE

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

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

TWITTER

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

YOUTUBE

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

LINKEDIN

Información entidad
Seguidores
Publicación última semana