



# INNOVATE WITH PURPOSE

2024 LIMRA ANNUAL CONFERENCE

## Creando una Experiencia de Cliente Impactante



**Phil Brown**

*CVP, Soluciones de Investigación  
LIMRA y LOMA*



**Ethel García Cueto**

*Directora de Desarrollo y  
Comunicación de Fuerza de Ventas  
GNP Seguros*



**José Pires**

*Director de Ventas  
Bradesco Vida y Previsión*



**Marcelo Assunção**

*CEO regional, América Latina y el  
Caribe  
LIMRA y LOMA*



# Benchmarking de la Experiencia del Cliente

# Crear un Customer Journey impactante

Para crear un Customer Journey impactante, necesita métricas para:

- Determinar dónde está
- Evaluar a dónde quiere llegar
- Medir su progreso

Estas medidas deben:

- Ser importantes para los Seguro de Vida
- Proporcionar definiciones coherentes
- Representar el mercado

# Marco LIMRA

Información diagnóstica

Análisis relevante de pares

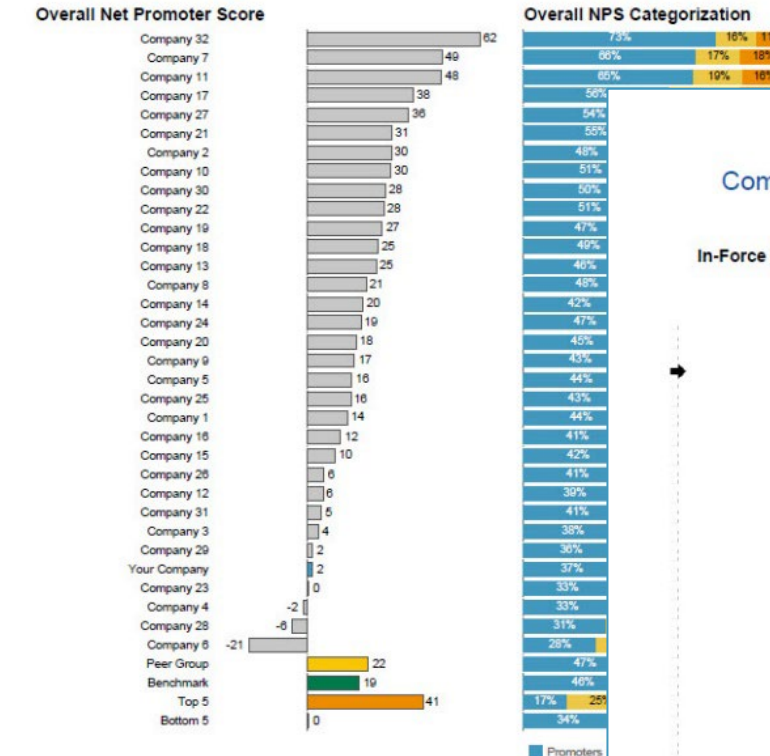
## Más allá de NPS: la relación

Métrica de cuatro dimensiones basada en relaciones



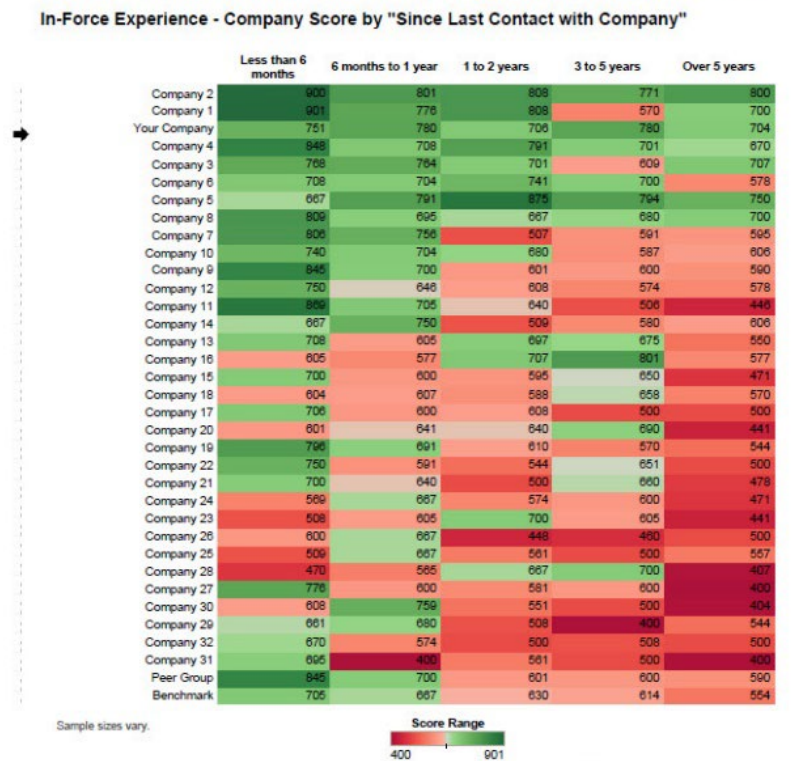
Escala de 0 a 1000 (fácil de entender)

### Net Promoter Score vs. Industry Participants SAMPLE REPORT



The Net Promoter Score (NPS) is a measure of loyalty to brand and of customers have with a company.

### Company Score by "Since Last Contact with Company" SAMPLE REPORT



The In-Force Experience - Company Score represents an assessment of the consumers' overall perceptions of their experience with the company itself (the company website, service from the company call center, and any materials provided by the company to help customers manage/maintain their life insurance). The table above displays how the In-Force Experience - Company Score varies by years since the last contact with the company.

# El Cuadro de Mando de la industria durante 10 años

## Orientación imparcial para los miembros

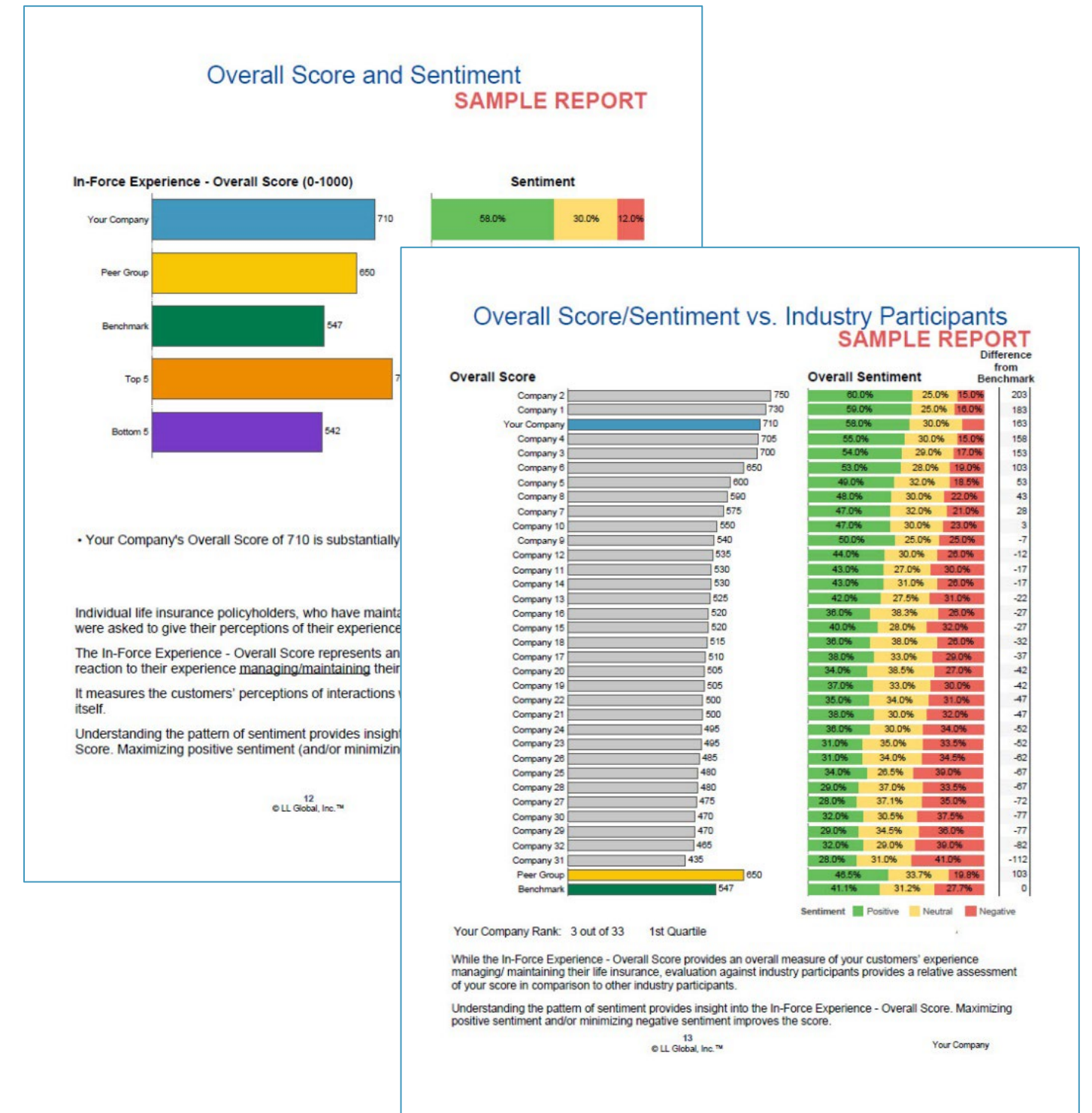
- Experiencia de Benchmarking sin precedentes.
- Amplia representación del mercado

## Muestra significativa

- Casi 6.000 tenedores de seguros de vida encuestados
- Representando a las 33 principales empresas (por recuento de pólizas vigentes)
- Basado en panel (no se requiere elevación de TI para participar)

## Benchmark de pares

- Cx para empresa, distribuidor, grupo de pares e industria
- Análisis de sentimiento subyacente a cada puntuación.
- Evalúa la percepción de la empresa y del distribuidor por separado.

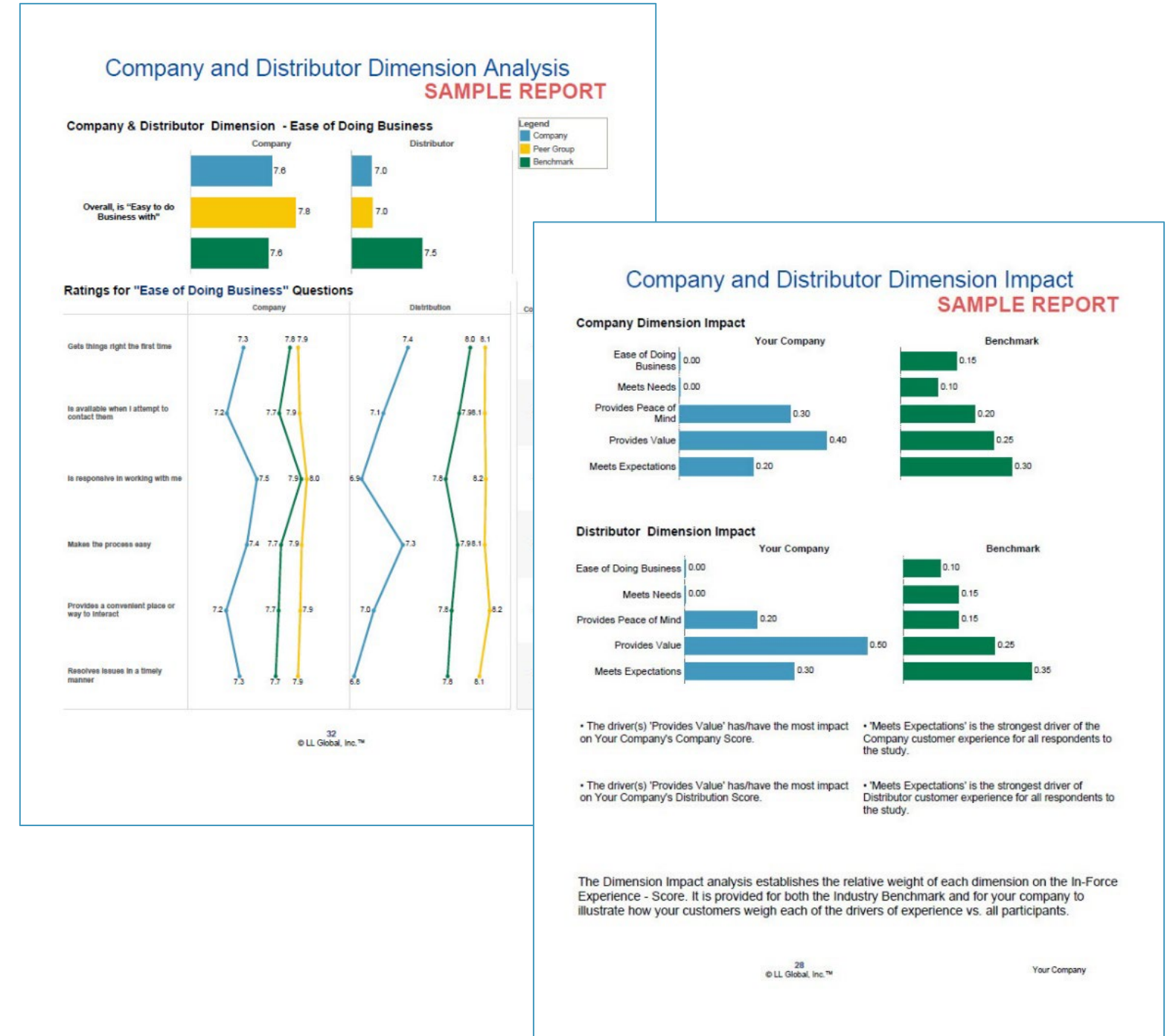


# Insight Accionable

El análisis de impacto identifica cómo cada factor impacta la puntuación de experiencia del cliente para descubrir las oportunidades relevantes.

Aprovechar los conocimientos cuantitativos para mejorar las relaciones

Determinar las inversiones del ciclo de vida: tienda, compra, vigencia, reclamaciones

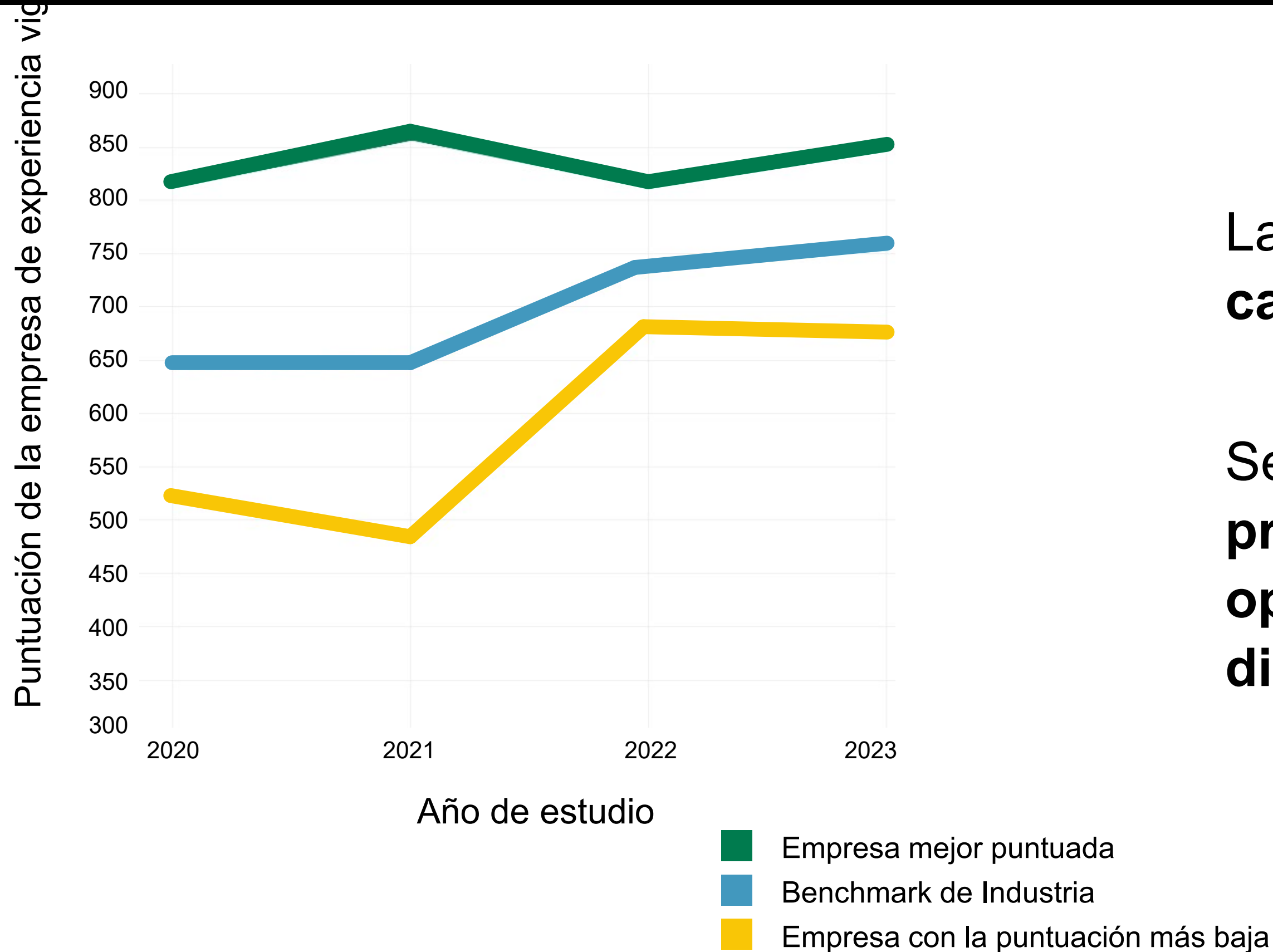




# Aprendizajes de los últimos años



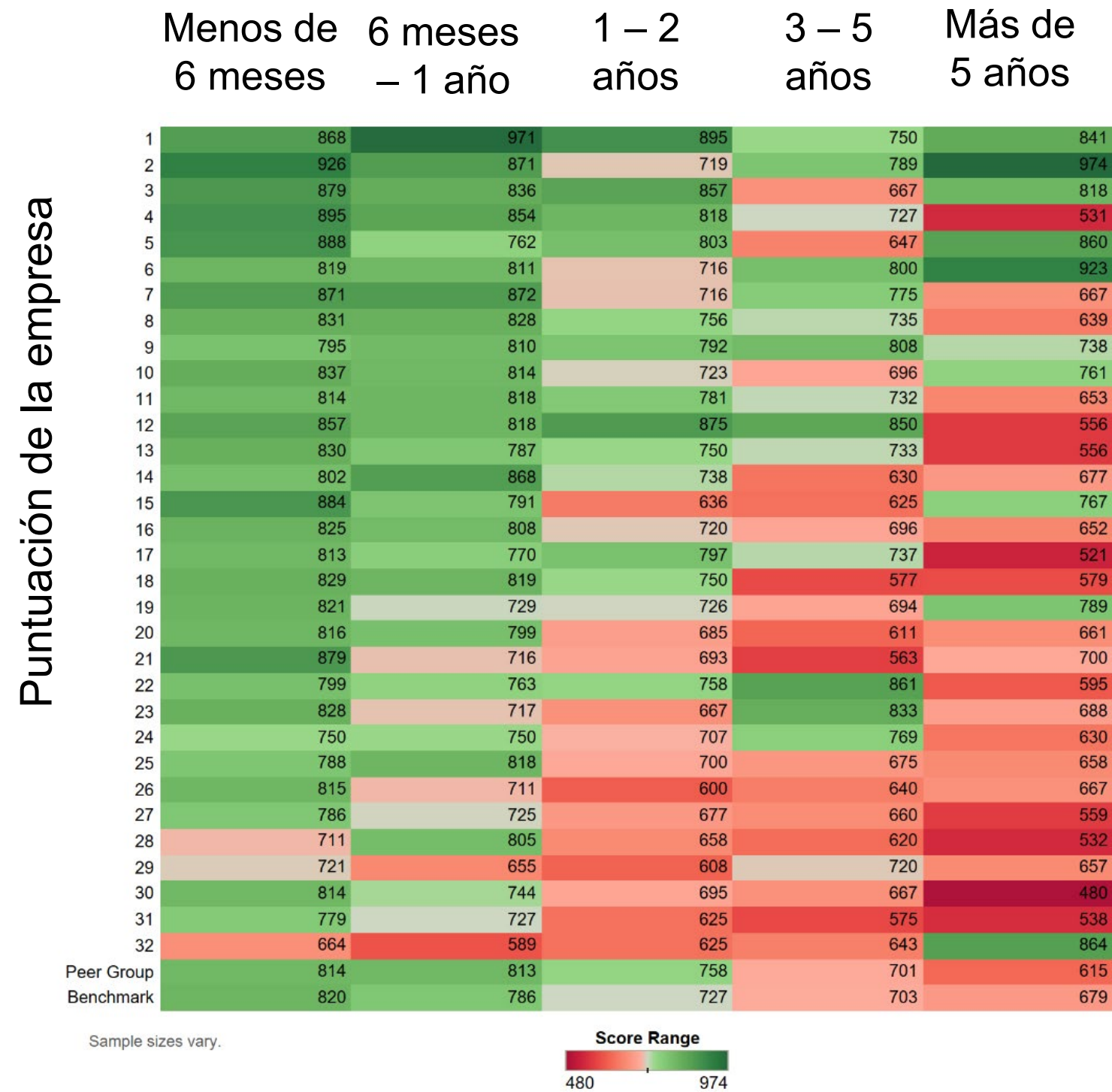
# Las puntuaciones de la industria han ido mejorando y reduciéndose



La capacidad de destacar será **cada vez más difícil.**

Se necesitará **conocimiento práctico para identificar oportunidades específicas de diferenciación competitiva.**

# Los líderes de CX mantienen el compromiso del cliente



Los líderes de Cx aprovechan constantemente las oportunidades para mantener el compromiso y la comunicación.

Tiempo de puntuación de la empresa vigente desde la compra

# Las puntuaciones positivas se deben al cumplimiento de las expectativas

## Impulsores de la experiencia del cliente

- Facilidad para hacer negocios
- Cumple con las expectativas
- Satisface las necesidades
- Proporciona tranquilidad
- Proporciona valor



# Las puntuaciones positivas se deben al cumplimiento de las expectativas

## Impulsores de la experiencia del cliente

- Facilidad para hacer negocios
- **Cumple con las expectativas**
- Satisface las necesidades
- Proporciona tranquilidad
- Proporciona valor



**Cumplir con las expectativas está superando todas las demás áreas. Es fundamental estar a la altura.**



**Ethel García Cueto**

*Directora de Desarrollo  
y Comunicación de  
Fuerza de Ventas*  
GNP Seguros

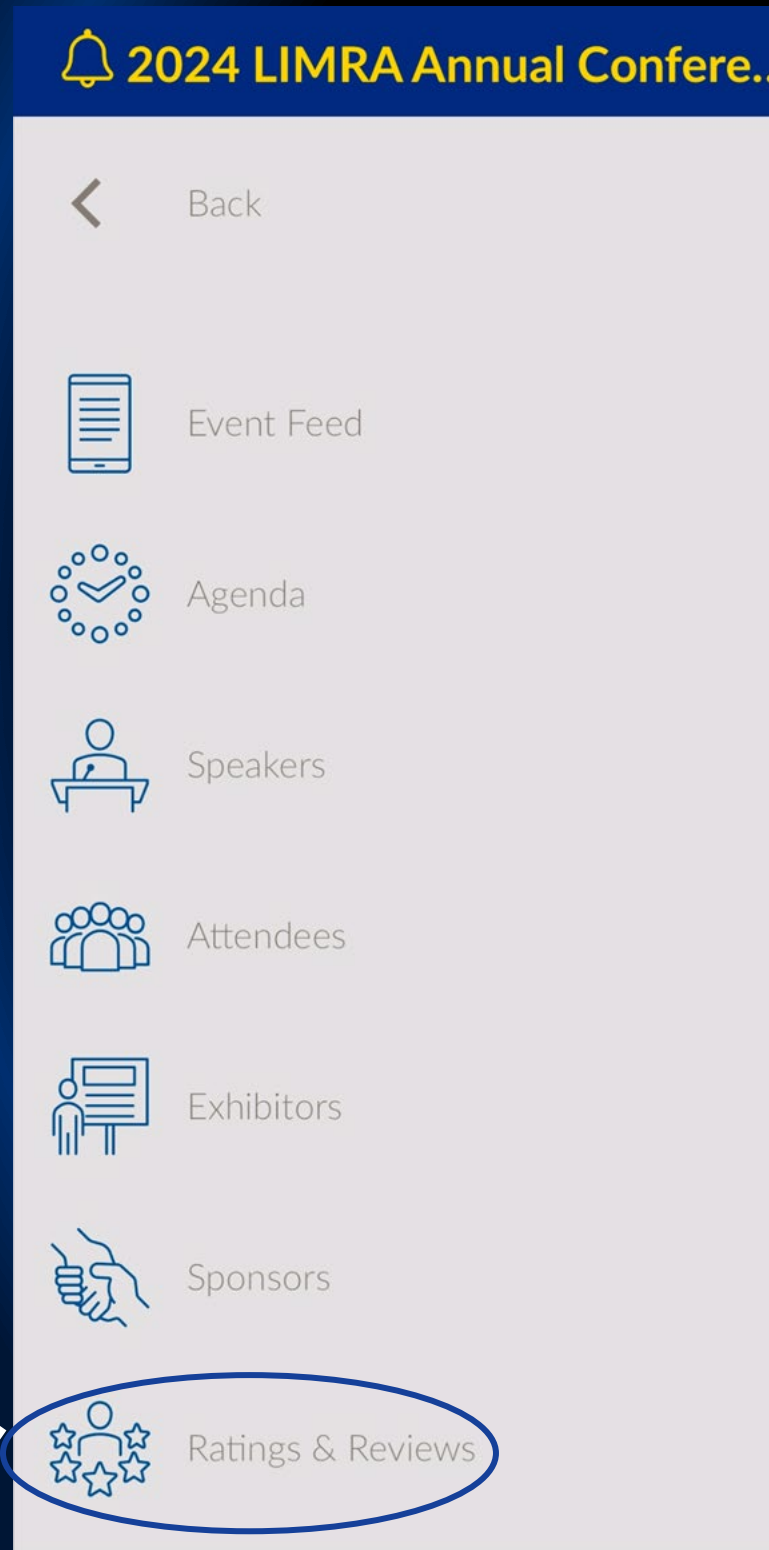


**José Pires**

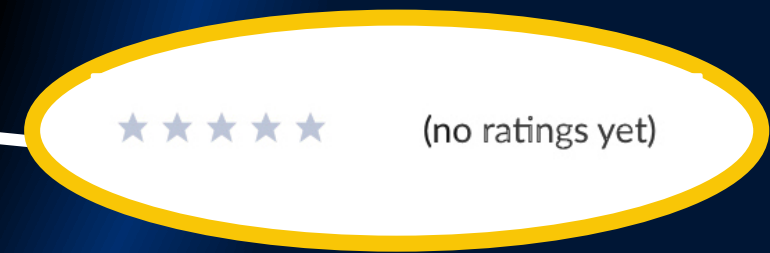
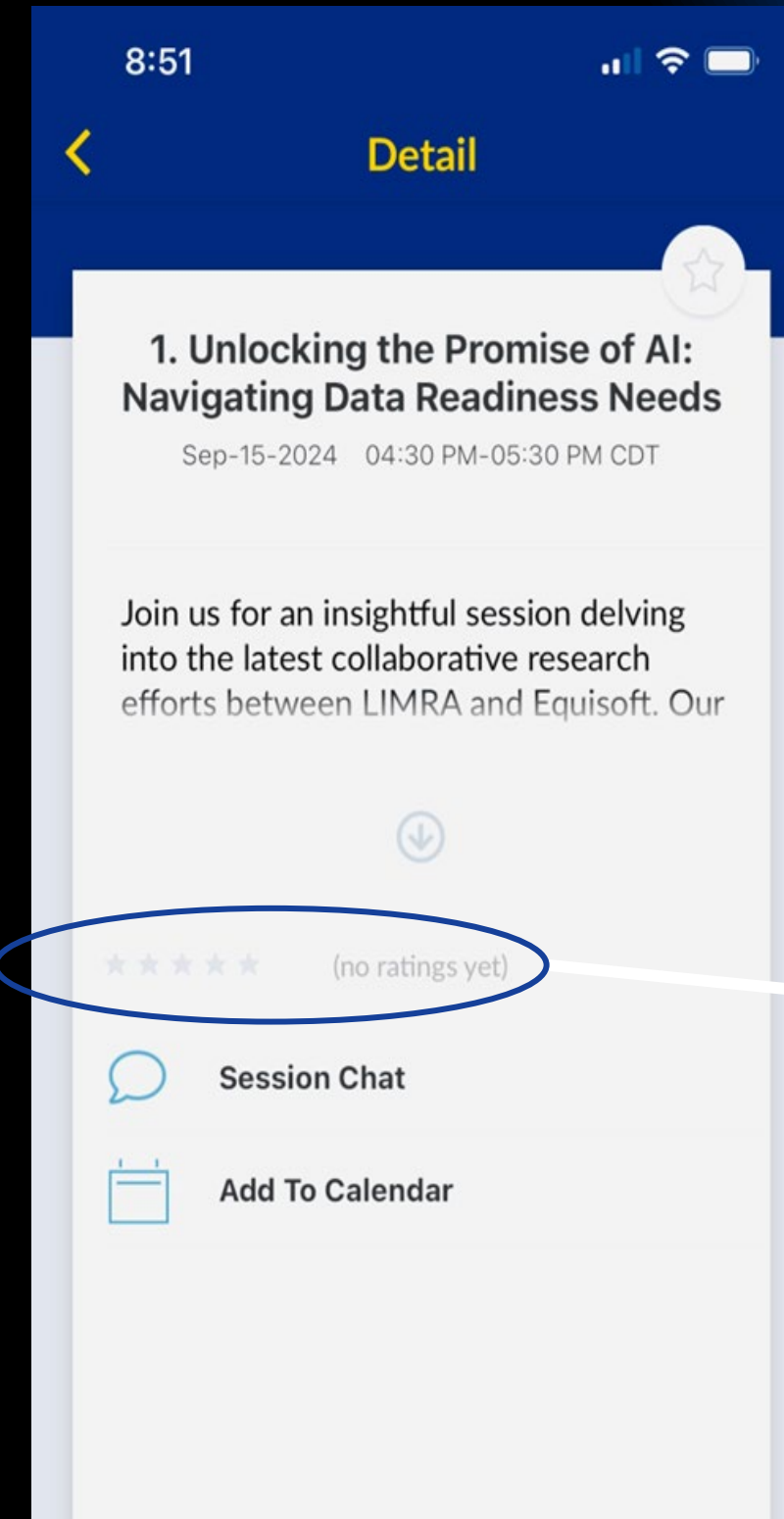
*Director de Ventas*  
Bradesco Vida y  
Previsión

# Please Provide Your Feedback on the Conference App

## OPTION 1



## OPTION 2



# Thank You

