

Asistimos al evento anual Hotelga y en relación a nuestra nota SoLoMo (<http://www.segurosaldia.com/interior/20130527/carrera-asegurados-solomo/>

)
pudimos ver que la industria hotelera de la región se encuentra mucho más avanzada en comparación

con

el mercado de seguros, puesto que un gran porcentaje de las grandes cadenas de hoteles adaptaron la oferta de sus productos a nuevos canales de distribución, claramente haciendo referencia a todos los dispositivos móviles que hoy por hoy existen y los sitios webs.

El sistema se adecuo a las necesidades de la sociedad, a lo instantáneo que proporciona lo on line en cuanto a información de servicios y tarifas.

En la guerra de las 3 pantallas, (telefonía móvil, computadora de escritorio y tablets) se debe tener una estrategia para cada una de ellas porque los sistemas de utilización son distintos desde la resolución hasta el tamaño.

El sector se adaptó a nuevas modalidades sin ser reticentes porque en esa versatilidad esta el secreto.

Por el lado de los seguros entendemos que eso principalmente es lo que falta, la versatilidad para adaptarse a lo nuevo. Hace unos días la SSN a través de una resolución se expreso sobre los canales de venta reconocidos por el ente regulador:

- PAS (Productor Asesor de Seguros)

- SOC (Sociedad de Productores)

- AGI (Agente Institorio)

- DIR (Directa sin intermediación)

- ORG (Organizador)

Nada se dijo sobre los vendedores de seguros propiamente dichos, mucho menos de sitios webs, cotizaciones online, gestión de pólizas on line, etc.

Mucho para hacer, mucho para imitar.

MA!

mariel.adaro@segurosaldia.com

@madarok

(*) Licenciada en Relaciones Públicas de la

UADE y experta en Marketing Digital de la industria hotelera