



SEGÚN UN ESTUDIO SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS EN LOS PRINCIPALES WEBS DE SEGUROS ELABORADO POR XPERIENCE CONSULTING

EL 88% DE LOS INTERNAUTAS ESPAÑOLES UTILIZA LA RED PARA INFORMARSE SOBRE SU SEGURO

- El 49% de los usuarios asegura haber contratado su seguro a través de Internet
- El 64% de los usuarios utiliza buscadores para encontrar una Web concreta de seguros
- El 69% de los consultados ha utilizado comparadores para consultar y comparar precios de los seguros

Madrid, xx de julio de 2011.- En los últimos años el sector del seguro ha comenzado una carrera de especialización y diferenciación, especialmente en lo que respecta a seguros de automóvil. La aparición de los llamados *seguros click*, de “exclusiva” venta por Internet, ha llevado a algunas grandes compañías a competir en este segmento de mercado. En tiempos de crisis, como los actuales, los usuarios tienen más posibilidades de comparar entre distintos seguros, para tomar su decisión fundamentalmente bajo criterios de experiencia y satisfacción.

Por ello, Xperience Consulting (www.xperienceconsulting.com), consultora líder en gestión y medición de la usabilidad y experiencia interactiva del usuario en España, ha elaborado un informe para conocer el comportamiento de los usuarios a la hora de contratar o renovar el seguro de coche.

Según este estudio, el 88% de los entrevistados utiliza Internet como medio principal para buscar e informarse sobre un seguro de coche. 8 de cada 10 usuarios consulta otras alternativas, es decir, tipos de seguros, compañías, antes de que caduque su seguro actual de coche.

¿Cómo busca y se informa el usuario a través de Internet?

La mayor parte de los usuarios (un 64%) utiliza buscadores para encontrar una web concreta.

Según el estudio, las palabras que más utilizan los usuarios a la hora de buscar o informarse sobre un seguro son, *seguros de coche* (la más buscada), seguido con mucha diferencia por *seguros baratos* y *seguros autos*

Internet es el principal medio que utilizan los usuarios para informarse y calcular un presupuesto; al ser elegido por el 80% de los usuarios. Según datos del estudio, los españoles calculan el presupuesto online

antes de tomar la decisión de compra. Así, el 31% calcula el presupuesto online 2 veces antes de tomar la decisión y el 35% 3 veces antes de tomar la decisión.

Para un 86% de los consultados, los aspectos que más influyen en la elección de una compañía de seguros es la seguridad de la compañía (su imagen, la situación de la compañía en el mercado), después de la cobertura del seguro.

Comparadores de Seguros

A la hora de comparar presupuestos, el 69% de los usuarios utilizó en alguna ocasión webs de comparadores para consultar y comparar los precios de los seguros. **Las webs más utilizadas fueron Rastreator con un 80%, seguida de Asesor Seguros con un 28%.**

El 41% de los usuarios que utilizó comparadores comentó que la ventaja que le ofrecía es proporcionarle información detallada y comparable de seguros. El 37% señaló que disminuye el tiempo y esfuerzo para conocer el precio del seguro ya que sólo hay que incluir los datos una vez para conocer los presupuestos de varias compañías.

Contratación online de un seguro

Según el estudio, el 49% de los usuarios ha contratado su seguro a través de Internet, el resto (51%) señala que prefiere utilizar otros medios distintos al canal online.

Al preguntarles, qué les supone un freno a la hora de realizar la contratación online del seguro; el 31% señala el exceso de información que les solicitan, seguida de las dificultades técnicas con un 30%; y la poca claridad de la información mostrada (27%) o la falta de ayuda para completar un proceso (18%).

Cuando querer saber el motivo por el que no acaban contratando a través de Internet, el 43% de los usuarios comentó que busca la relación directa con el agente; a través de oficina física o por teléfono. El 10% no confiaba en haber introducido correctamente los datos.

La experiencia en web de estos usuarios

Xperience Consulting también solicitó a los participantes que buscaran y realizaran la tarificación de un presupuesto para el seguro de un coche. Así, el 67% de los participantes consiguió encontrar el precio del seguro del coche, mientras que el 33% no lo logró. Para los que no lo lograron, las mayores dificultades fueron: la falta de comprensión de los datos, que la compañía de seguros expulsaba al usuario antes de finalizar el proceso y tener que completar demasiados campos para obtener el presupuesto.

El tiempo medio que se empleó para conseguirlo fue de 6 minutos y 49 segundos. La satisfacción media de los usuarios a la hora de buscar el precio del seguro de su coche fue de 5,5 (escala de 1 al 7).

De los usuarios que no han conseguido encontrar el presupuesto del seguro que estaban buscando, el 36% buscaría en otras páginas webs y el 18% llamaría por teléfono a una compañía de seguros.

“Sin embargo, de los usuarios que han conseguido calcular el precio de su seguro, el 74% considera que la experiencia en esa página web es lo suficientemente buena como para cambiar de compañía de seguros; incluso el 46% cambiaría de seguro gracias a su experiencia online, independientemente de que el precio del seguro fuera superior o igual al que tenían en ese momento,” Sara López, directora oficina Xperience Consulting Madrid.

Las Redes Sociales y los seguros de coches

El 27% han manifestado ver información de las compañías de seguros en Redes Sociales. Al preguntarles de qué compañías de seguros han visto información en redes sociales, el 27% comenta de Línea Directa, el 22% de Mapfre y un 15% Direct Seguros.

Para el 72% de los que han visto información de seguros en redes sociales, la actividad de las compañías es muy útil. Los usuarios destacan como información atractiva las mejores ofertas (un 45%), precios (el 37%) y promociones (el 36%).

El estudio se ha realizado a través de 250 usuarios mayores de 18 años, con nivel medio de uso de Internet, con vehículo propio, que sean titulares del seguro y están pensando en renovarlo en los próximos tres meses.

Sobre Xperience Consulting

Xperience Consulting es una consultora con presencia internacional dedicada a la gestión y medición de la usabilidad y la experiencia de usuario. Crean interfaces que se adaptan a las necesidades de los usuarios y a los objetivos de los clientes. Webs intuitivas, sencillas y fáciles de usar.

Es la referencia de la medición en el mercado nacional gracias a Userzoom, herramienta única y exclusiva que permite testar la eficacia de una web y el nivel de satisfacción de grandes muestras de usuarios en remoto.

Entre sus clientes, además de una amplia experiencia en el sector seguros; se encuentran Viajes Iberia, Iberia, Inversis, Orange, Movistar, Yoigo, Ventura 24, Amadeus.

Clientes de Usezoom: Amazon, Google, IBM, Monster, Privalia, Softonic, Ebay, Zappos, U.S.Bank, Sprint.

Para más información:

Actitud de Comunicación: 91 302 28 60

Malú Aragonés 659 18 75 89

malu.aragones@actitud.es