



MEDIACIÓN / NEWS

Begoña Larrea (Summa) manda “cacarear” a la mediación

Redacción

26 de octubre de 2021

El pasado jueves, en **Euskasegur 2021**, V Foro de Mediación de Seguros de Euskadi; **Begoña Larrea** mandó “cacarear” a la mediación de seguros en la mesa redonda sobre la Venta Híbrida.

Con un mensaje disruptivo, Begoña expuso como «el **factor humano es la principal arma que tiene la mediación** para ganar la batalla y, paradójicamente, cómo esta arma se puede volver en contra si no existe tecnología. La mediación y la tecnología no tienen más remedio que entenderse. Como mediadores tenemos que focalizar nuestras ventas en el servicio y en las relaciones humanas que sabemos construir a largo plazo, pero las tareas administrativas nos comen y no estamos preparados para relacionarnos a demanda del cliente, alternando lo analógico y lo digital constantemente”, afirmó la directora general de Summa.

“Nosotros, los mediadores, **damos más valor al cliente que cualquier otro distribuidor**, tenemos el conocimiento y la experiencia, pero no se lo decimos a nadie. Tendríamos que hacer como las gallinas cuando ponen un huevo, ellas cacarean para dar a conocer el esfuerzo que han hecho poniendo el huevo, y nosotros, hacemos un esfuerzo descomunal y no se lo decimos a nadie, ni tan siquiera al cliente. Deberíamos de cacarear a diestro y siniestro: cuando le asesoramos sobre las mejores coberturas y la mejor compañía, sobre el mejor producto; cuando actualizamos capitales, gestionamos siniestros y les acompañamos hasta el final”, continuó Begoña.

“¿Por qué no lo hacemos es tan crítico para vender y diferenciarnos?”, preguntaba Begoña y continuó explicando que no lo hacemos porque no tenemos tiempo de hacer tantas tareas o porque nuestros clientes no utilizan la vía digital para comunicarse con nosotros, justificaciones que nos damos para acallar nuestra conciencia. Aún sabiendo que nuestros nuevos competidores, tecnológicas, las insurtech, la venta directa y call centers están continuamente diciendo al cliente todo lo que están haciendo por él. Aunque sean minucias y no aporten nada, pero el cliente lo valora. automatización es imposible hacerlo. No vale lamentarse por no tener los recursos que tienen. Un emprendedor busca soluciones, quien le pueda ayudar o, incluso, se alía con quien se lo puede proporcionar”.

“Hay que hacerlo, hay que sacar más tiempo para aportar el lado humano. Los demás distribuidores, ahí, no pueden hacer nada, porque no lo tienen. No tienen el capital humano del mediador, ni el talento. Ahí les ganamos. Tecnología y humanidad es la fórmula ganadora de la mediación, lo que realmente nos diferencia de los nuevos competidores (y de los antiguos) y lo que hace que nuestro futuro sea prometedor” finalizó Begoña.