

## Summa pone en valor la digitalización de la mediación como clave de distribución

publicado por A. P. el Mar, 22/02/2022



Xiya Wang directora Ejecutiva de Delegación de [Summa Insurance](#), ha participado recientemente en el Foro [Liberty](#) para la Mediación "Referentes del mercado digital: claves para la distribución de seguros", jornada enmarcada dentro de la [Semana del Seguro 2022](#).

La jornada, moderada por Daniel Moreno Cruz, director de Distribución del Canal Mediador y Partners de Liberty Seguros, abordó diferentes puntos relacionados con la transformación digital.

Durante su intervención, Xiya, desde su posición de medidor de seguros, puso en valor la digitalización en el sector asegurador como, por ejemplo, a través del

uso de herramientas digitales como el tarificador totalmente integrado, que permiten al mediador un ahorro considerable de tiempo.

Asimismo, Xiya destacó la importancia de conocer a los clientes y montar estrategias comerciales entorno a ellos, apoyándose en un poderoso CRM. El conocimiento de las necesidades del cliente ofrece al mediador oportunidades de crear servicios de valor añadido. "En nuestro caso concreto nos dirigimos exclusivamente a la comunidad china asentada en España, que en muchos casos no saben español, y nosotros acompañamos y ayudamos, por ejemplo, con la gestión de una cita médica o con la traducción.

Otra de las herramientas digitales que quiso destacar Xiya fueron las redes sociales y su utilidad en el proceso de captación de nuevos clientes logrando, no sólo llegar a un número de clientes muy amplio, sino también conseguir una comunicación fluida con ellos que permita la fidelización.

Xiya destacó la firme apuesta que en su oficina se ha hecho por las redes sociales, concretamente por dos de ellas: Tik Tok y WeChat, a las que catalogó como "importantísimas" a la hora de captar clientes. "Tik Tok lo usamos para que nos conozcan, publicamos vídeos cortos de diferentes tipos, por ejemplo, explicando quienes somos, qué es el seguro e incluso pequeñas bromas entre compañeros, y es el canal para que luego nos agreguen a WeChat. En WeChat publicamos nuestros productos y servicios y es aquí donde contratan", explicó Xiya Wang quien afirmó que "el 90% de los clientes los hago a través de Redes Sociales".

Por último, la directora Ejecutiva de Delegación de Summa Insurance aseguró que para poder captar clientes a través de redes "no hay que ser expertos en redes sociales". "Nuestra herramienta es el conocimiento en seguros que sí tenemos", ese es el punto diferenciador.

Junto a Xiya Wang, han completado la mesa de participantes en este Foro de Liberty para la Mediación Sergio Torrijos, senior Head de Seguros, Banca, Educación y Seguridad de Google; Martin Lehnert, experto en seguros y automoción; Luis Moreno Ortí, experto en transformación digital y María Espinilla, sales performace en Liberty Seguros.

[Noticias del sector](#)