



CASO DE ÉXITO

# Cómo MAPFRE ha mejorado la conversión en nada menos que un 10%



Mejora de la renovación de los clientes de más de 3 puntos.

Incremento de la conversión de un 10%.

Incremento del NPS en todos los momentos de interacción.

**Medallia**

## CASO DE ÉXITO // MAPFRE

### RESUMEN

MAPFRE es la mayor compañía de seguros de España, y actualmente tiene presencia en los 5 continentes.

Sabían que no podían construir una estrategia de Customer Centric sin escuchar al cliente, y que necesitaban un partner que les ayudase a implementar su programa de CX.

MAPFRE ha integrado la plataforma Medallia en sus sistemas de tal forma que se ha convertido en un canal de comunicación con sus clientes.

Esto les ha permitido mejorar la captación y la retención, así como el NPS en todos los momentos de interacción con el cliente.

MAPFRE es una compañía que lleva asegurando riesgos desde 1933, año de su fundación. Actualmente es la mayor aseguradora española y tiene presencia en los 5 continentes.

Con una compañía con tantos años de experiencia, poner en marcha un proceso de transformación para poner al cliente en el centro no es una tarea sencilla. MAPFRE tenía claro que debía construir esa transformación sobre dos pilares fundamentales: la data y la escucha al cliente.

MAPFRE sabía que no podía construir una estrategia Customer Centric sin escuchar al cliente y entender sus necesidades. Y sabían que escuchar al cliente implica escucharle de forma constante y ser capaz de analizar lo que nos comunica para entender en profundidad las causas de sus decisiones.

Después de un análisis de todas las herramientas existentes en el mercado, MAPFRE decidió que Medallia le ofrecía la posibilidad de modernizar sus sistemas, la robustez necesaria para gestionar la gran cantidad de data que generan, y la capacidad de adaptación precisa a sus necesidades. Algunas funcionalidades únicas y sobre todo, las posibilidades de internacionalización de todas las soluciones, fueron elementos que terminaron por inclinar la balanza.

De este modo, MAPFRE ha integrado la plataforma Medallia en sus sistemas de tal forma que se ha convertido en un canal de comunicación con sus clientes. Esto permite hablar en tiempo real con ellos a sus Gestores de Calidad, Directores y Mediadores.

En este proceso de escucha y close the loop han participado todas las áreas de la empresa. Todas las personas que trabajan en MAPFRE acceden a diario a la plataforma Medallia, que les proporciona a cada uno la información que necesita para mejorar en su trabajo.

CASO DE ÉXITO //  
MAPFRE



**“La escucha al cliente nos permite conocerle y adelantarnos a sus expectativas y por lo tanto generar experiencias diferenciales y mejorar las relaciones con el cliente”.**

César Luengo,  
Subdirector General  
Clientes y CX en MAPFRE

Con la integración de la plataforma Medallia en los sistemas de Clientes de MAPFRE, ahora la empresa dispone del feedback de los Clientes y de los análisis realizados mediante IA. Esto ha impactado enormemente, y de forma positiva, en diferentes métricas claves para Mapfre:

- Han logrado incrementar tanto la conversión como la retención
- Han conseguido mejorar sus procesos: los han hecho más eficientes y, por lo tanto, han generado ahorros de costes que se suman al incremento de la satisfacción del cliente

Pero los impactos positivos no terminan aquí. Escuchar a los clientes de forma continua y en tiempo real les permite conocerlos, entenderlos y adelantarse a sus expectativas y, por lo tanto, generar experiencias diferenciales y mejorar las relaciones con ellos.

Además, como resultado de todo lo anterior, MAPFRE ha mejorado la captación y la retención, y han incrementado el NPS en todos los momentos de interacción con el cliente.

#### Sobre nosotros

Medallia es el pionero y líder del mercado en la gestión de la experiencia. La galardonada plataforma SaaS de Medallia, Medallia Experience Cloud, lidera el mercado en la comprensión y gestión de la experiencia de clientes, empleados y ciudadanos. Utilizando Medallia, los clientes pueden reducir la pérdida de clientes, convertir a los detractores en promotores y compradores y crear oportunidades de venta cruzada y de aumento de ventas en el momento, lo que permite un claro retorno de la inversión. [medallia.com/es/](http://medallia.com/es/)