

FERNANDO TREVIJANO, CONSEJERO DELEGADO DE WWW.LAPOLIZA.COM

“El cliente, por internet, busca precio y calidad”

Fernando Trevijano cree que la red, como canal de distribución de seguros, ya es una realidad, y que convivirá con el resto de canales de mediación

M. A. M.
Barcelona

¿Qué busca y qué espera un cliente de una correduría por internet?

El cliente por internet, en sí mismo, busca precio y calidad de producto al mismo tiempo. También es importante ofrecerle un servicio ágil, inmediato y el asesoramiento adecuado a lo largo de la vida de la póliza.

Para tener éxito en un canal a distancia como éste hay que estar buscando permanentemente la perfección. En caso contrario tus ratios de eficiencia serán pobres, porque el cliente no te espera ni te acompaña en tus imperfecciones.

¿Qué tipo de servicios ofrecen a sus clientes internautas?

Ofrecemos contratación on-line a través de comparativas en los ramos principales de nuestro negocio: autos, motos y ho-

gar. Asimismo, se ofrece la posibilidad de consulta de pólizas y recibos y contamos con una intranet para nuestros colaboradores.

El trabajo de mediador en sí, ¿es muy diferente respecto al de las corredurías más al uso?

Una vez que el cliente ha contactado contigo, el trabajo es prácticamente el mismo. Mantenemos una estructura de empresa similar a la de cualquier corredor de tamaño medio especializado en riesgos personales.

Pero tendrá sus ventajas y sus inconvenientes...

La principal ventaja es que el nuestro es un canal de distribución emergente del que esperamos importantes crecimientos.

En cuanto a inconvenientes, aparte de los que tiene cualquier corredor, el principal es que hay que realizar impor-

tantes inversiones iniciales e importantes inversiones de mantenimiento unido a un modelo de negocio desconocido en el que el aprendizaje es continuo.

¿Las inversiones, por tanto, deben realizarse de manera continua?

En definitiva, hay que tener en cuenta tres tipos de inversiones que son permanentes y que lo serán a lo largo de los años, y que marcan la diferencia con respecto a las cuentas de resultados de corredores orientados a otros canales de

“MANTENEMOS UNA ESTRUCTURA DE EMPRESA SIMILAR A LA DE CUALQUIER CORREDOR DE TAMAÑO MEDIO ESPECIALIZADO EN RIESGOS PERSONALES”



Fernando Trevijano considera que el riesgo de seguridad es muy similar para todos.

distribución: la inversión tecnológica en sí misma, el coste interno de estructura y de gestión que supone todo ello y la inversión publicitaria que requiere nuestro canal.

¿Cómo controlan aspectos sensibles como la seguridad a través de la red y la gestión de datos personales?

Al final, siempre decimos lo mismo, y es que a través de internet viajan los datos de todo tipo de negocios y que en negocios de corte clásico se utilizan, además de los medios telemáticos, mucho papel y listados que se pueden robar o

extraviar.

Es decir, el riesgo de seguridad hoy en día es casi el mismo para todos, pero quizá nosotros, por el hecho de tener importantes inversiones en tecnología, destinamos una mayor dedicación y presupuestos a estos asuntos.

¿Cree que internet acabará siendo el futuro de la mediación o es sólo una de las herramientas y uno de los caminos?

Es un canal de distribución más, ya es una realidad, y va a convivir con el resto de canales de mediación.