



EL EXPERTO

ENCAR FERREIRO.

Especialista en Marketing Digital y Comercio Electrónico

Identidad y reputación digital en la mediación de seguros

Ta construcción de la identidad y reputación online son puntos claves dentro de la transformación digital de las empresas de mediación. Por un lado, los mediadores necesitan definir su identidad digital a través productos, acciones y estrategias de marketing online diferenciadoras, con un valor añadido que les permita resaltar dentro del competitivo mercado de seguros actual. En cuanto a la construcción de la reputación online, el reto es trasladar al ámbito digital los valores que han sido siempre la base de la labor de las empresas de mediación: cercanía, conocimiento, asesoramiento, servicio, confianza. Reto nada fácil, teniendo en cuenta que con Internet todo el sistema de relaciones cambia, se amplía, se intensifica, e incluso se escapa al dominio de la empresa. Centrándonos en la reputación digital, las empresas de mediación deben tener en cuenta que, a día de hoy, ya

El reto es trasladar al ámbito digital los valores que han sido siempre base de la mediación

no tienen el control exclusivo de la información sobre sí mismas, ya que es relativamente fácil compartir opiniones, positivas y negativas, a través de blogs, foros o redes sociales. La construcción de su reputación online será, por lo tanto, colaborativa, dependiendo en gran medida de lo que opinen los demás, lo cual implica una situación de alerta y escucha activa constante por su parte, además de un plan de acción definido. Cuanto mayor control tengan los mediadores, tanto de la parte real como

de la potencial, de su reputación, más sólida y segura será la construcción digital de la misma. Y para ello es fundamental que sean estratégicos en su forma de actuar e interactuar. A este respecto, dos son los pilares fundamentales a tener en cuenta: por un lado, contar con profesionales con un amplio conocimiento estratégico y táctico y, por otro, cuidar cada comunicación, participación y conversación en Internet, generando interacciones positivas de forma consistente, diferenciándose y siendo auténticos, transmitiendo credibilidad y confianza en cada acción, siendo leales y, llegado el caso, asumiendo errores y enmendándolos. Construir una identidad y reputación digital conlleva tiempo, y debe cuidarse y planificarse desde el comienzo. Todo ello permitirá a los mediadores de seguros proyectar una imagen digital sólida y crecer de forma óptima en Internet. / **MED**