



**LA CORTE<sup>®</sup>  
DE LOS BÚHOS**  
Growth Partners

# Caso #4

## Producto de Seguros

**Industria Financiera**

*Estrategia para Multiplicar Conversiones y Mejorar la Adopción*

[Página Web](#)

[Suscribete](#)

[Reserva Ahora](#)



**MICHEL  
HAUZEUR**

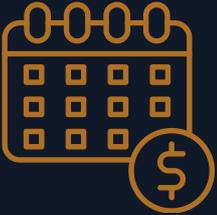


## Objetivo

El objetivo principal de esta estrategia es incrementar la adopción y retención de productos de seguros a través de la gamificación, motivando a los clientes a aumentar su nivel de aseguramiento y la cantidad de productos adquiridos a lo largo del tiempo.



# Estrategia de Negocio



**MODELO DE NEGOCIO:**  
Prima mensual por seguro.



**MÉTRICAS:**  
Aumento de Conversión (Apertura de Nuevos Seguros).



**ICP / JUGADORES:**  
Asegurado Total / Asegurado Parcial /  
Usuario sin Seguro / Usuario sin  
conocimiento.

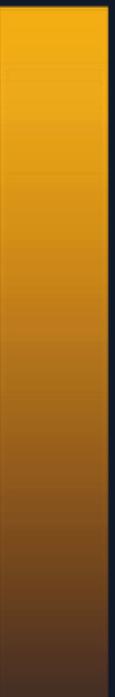


**MENSAJE:**  
Tu vida y la de tu familia no tiene precio.

## El juego:



**Generaremos mayor adopción a través de un diseño de gamificación enfocado en la etapa de Onboarding y Adopción.**



# Gamificación



**El objetivo es generar motivación en el cliente para que pueda crecer el nivel de aseguramiento o el número de productos a través del tiempo.**

## **NARRATIVA:**

Aumenta la protección de tu seguro / Aumenta la protección de familia / Aumenta la protección de tu patrimonio.



## **DESARROLLO:**

El usuario tendrá la oportunidad de interactuar con Puntos Intercambiables, Puntos de Estatus, Barras de Progreso, Tableros y Mensajes de Agradecimiento.



## **RETROALIMENTACIÓN:**

El usuario tendrá la opción de seguir rutas de progreso, crear objetivos y metas, competir, y recibir retroalimentación instantánea.



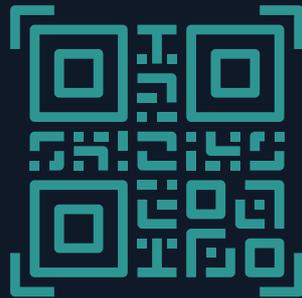
## **USUARIO:**

El usuario tendrá la opción de parametrizar su perfil, intercambiar puntos, e interactuar con el dashboard de gamificación.



## **SOCIABILIDAD:**

El usuario tendrá la opción de compartir su código de referencia, recibir premios por sus referidos.



## **ESCASEZ:**

El usuario recibirá constantemente información, pop-ups y alertas personalizadas para regresar. Así mismo, el cliente tendrá visible oportunidades con contadores y oportunidades.





## **IMPREDECIBILIDAD:**

El usuario, de acuerdo a su nivel, tendrá la opción de recibir premios esporádicos o participar de cuestionarios.



## **PÉRDIDA:**

Al usuario se le presentará constantemente oportunidades que van desapareciendo con el tiempo, como inversiones con alta rentabilidad.



# Momentos de Éxito (Product-Led Growth):



## SET UP:

Parametrizar el producto.

## AHA MOMENT:

Ajustar el producto según el momento de vida.



## EUREKA MOMENT:

Nueva cobertura activada.

## HÁBITO:

Pago de primas para mantener el producto.



# Onboarding Personalización

## **DISCOVERY:**

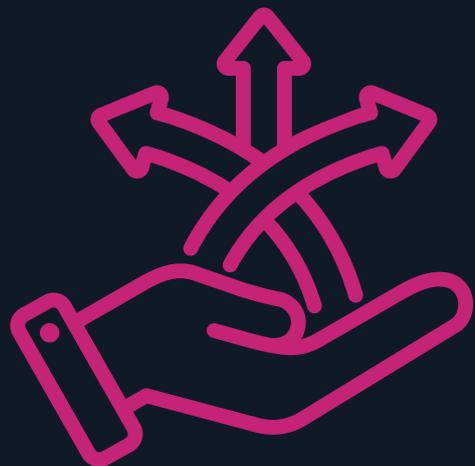
Segmentación de audiencias a través de redes sociales



## **ONBOARDING:**

Pop-up preguntando objetivo del aseguramiento

**ADOPCIÓN:**  
Comunicación constante sobre avance y oportunidad de parametrizarlo



# Estrategia de Retroalimentación

## **PREMIOS:**

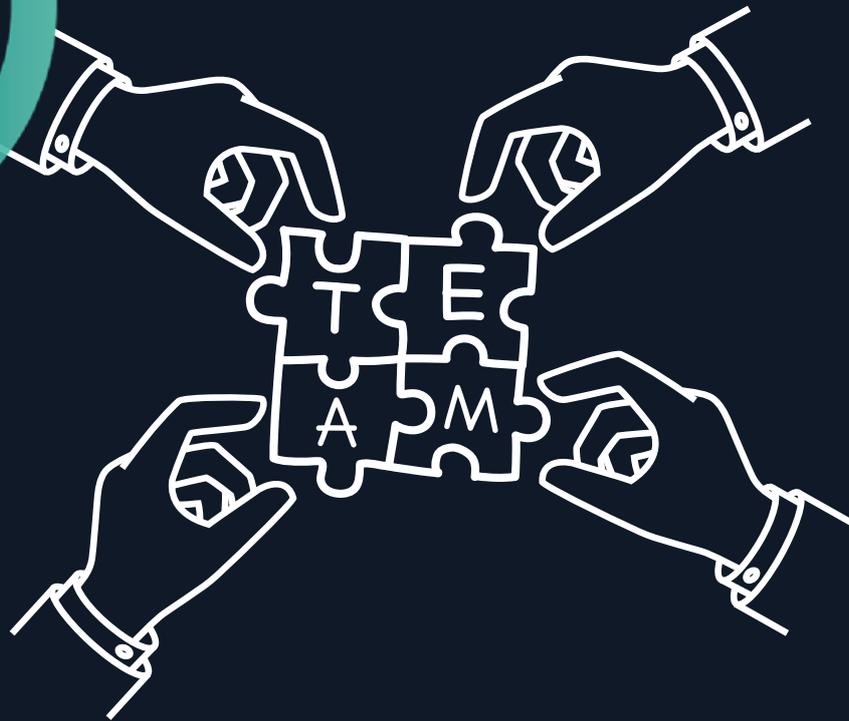
Invitación a eventos privados, Viajes, entre otros.



## **BENEFICIOS:**

Descuentos, Funcionalidades Especiales, Soporte, entre otros.

# El Equipo



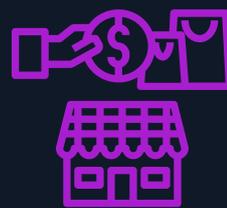
PRODUCTO

GROWTH

DATA

VENTAS

MARKETING





**LA CORTE<sup>®</sup>**  
**DE LOS BÚHOS**  
Growth Partners



**MICHEL  
HAUZEUR**

[Página Web](#)

[Suscribete](#)

[Reserva Ahora](#)