



“Yo busco una empresa y un **producto que me pueda acompañar**. Busco un socio o **amigo que esté a mi lado** ante una desgracia”

# La “Girl Scout”

- × 27-44 años
- × Crítico
- × Conservador
- × Resolutivo
- × Colectivista

**Descripción:**

¡Siempre lista! Este usuario busca que el producto adquirido sea **más que una simple compra**; sino que sea un **acompañante** que la protege a ella y a su familia ante cualquier siniestro o necesidad.

- Fortalezas:**

  - Previsora y sagaz
  - Juiciosa y **sensata**
- Dolores:**

  - **Cambios e imprevistos**
  - **Insensatez e irresponsabilidad social**

- Seguros:**
- × Todo Riesgo Full
- × Todo Riesgo Base
- **Guerra avisada no mata gente**. Ante la inseguridad ciudadana protección total.
  - **La familia primero**. 10/18 usuarios viven en casas familiares y cuentan con carga familiar

**Relación con la empresa:**

- **Estable**, desde el momento de la compra hasta ahora, a pesar de no haber tenido ningún siniestro de gran magnitud
- **Claridad baja en la comunicación:** ¿Cómo usar los beneficios del seguro?
- **Respaldo social del boca a boca** permite además una mejor fidelización

**Oportunidades para negocio:**

- **Journey de comunicación** una vez realizada la compra
- **Canal de beneficios** diseñados por seguro por cliente
- **Cross** con otros productos (vida, SOAT)
- **Acompañamiento = cuidado**

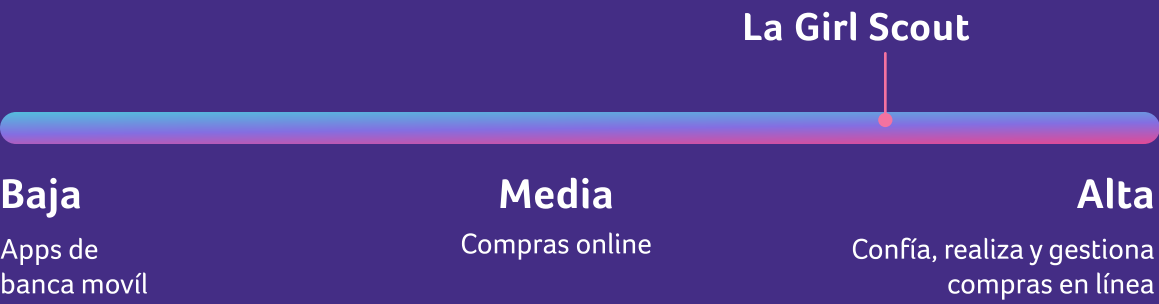
**Relación/conocimiento del producto:**

- **Conocimiento alto**. 12/18 no han usado y no conocen los **beneficios de su seguro**
- Protección para el usuario, para los **suyos y para su compra**
- **La compra como prevención y protección** de un bien tan costoso.

**Comportamiento dentro del activo:**

- 10/18 conservan el seguro del concesionario **por varios meses**
  - **4/18** realizaron la **compra por el ecom**
  - **1/18** realizó la **compra por instagram**→ wpp → link → compra
  - **2/18 iniciaron en rrss** y culminaron por teléfono la compra
- × Experiencia
- **Ausencia de información visual** sobre beneficios + talleres
  - **Búsqueda explícita de la venta asistida** por wpp y llamada

**Nivel de digitalización:**



El internet y su autonomía son la mejor arma de este usuario. Ya sea por foros, wpp, grupos en Instagram o Facebook, “la girl scout” es un perfil absolutamente conocedor y empoderado.

**\* Segmentos afines:**

- × Top exclusivo
- × Top tradicional

\*En relación con los segmentos de Pacífico, los mencionados aquí han sido solamente basados en patrones actitudinales y de comportamientos, por lo que no ha habido un cruce de variables demográficas.