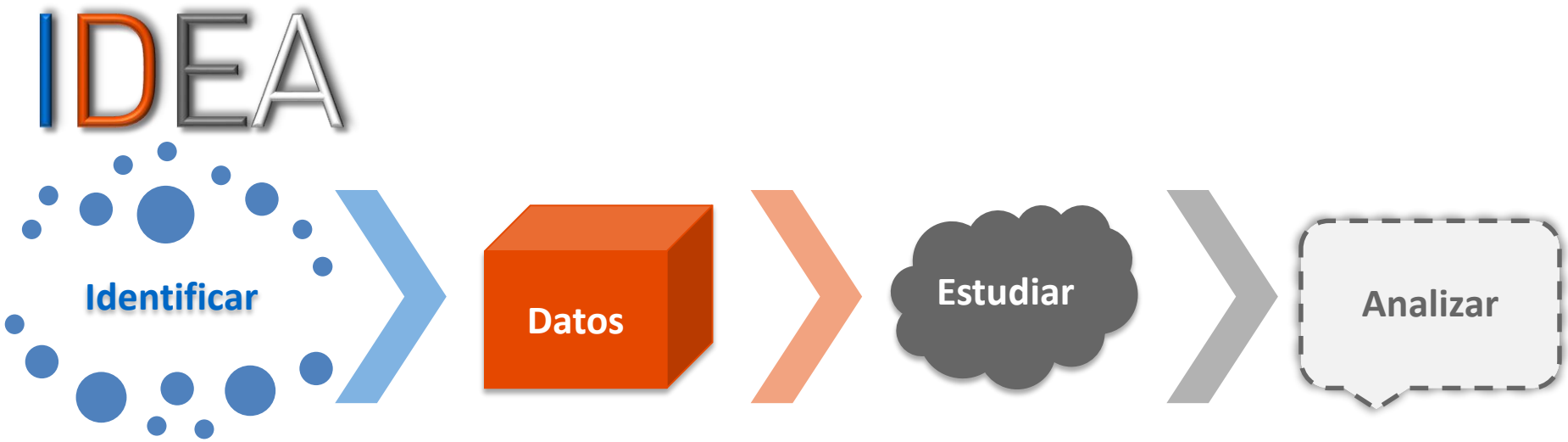
ditrendia
digital marketing trends



Tendencias de Marketing 2017
Entidades Financieras y Aseguradoras

MKT ASOCIACIÓN DE MARKETING DE ESPAÑA

Metodología



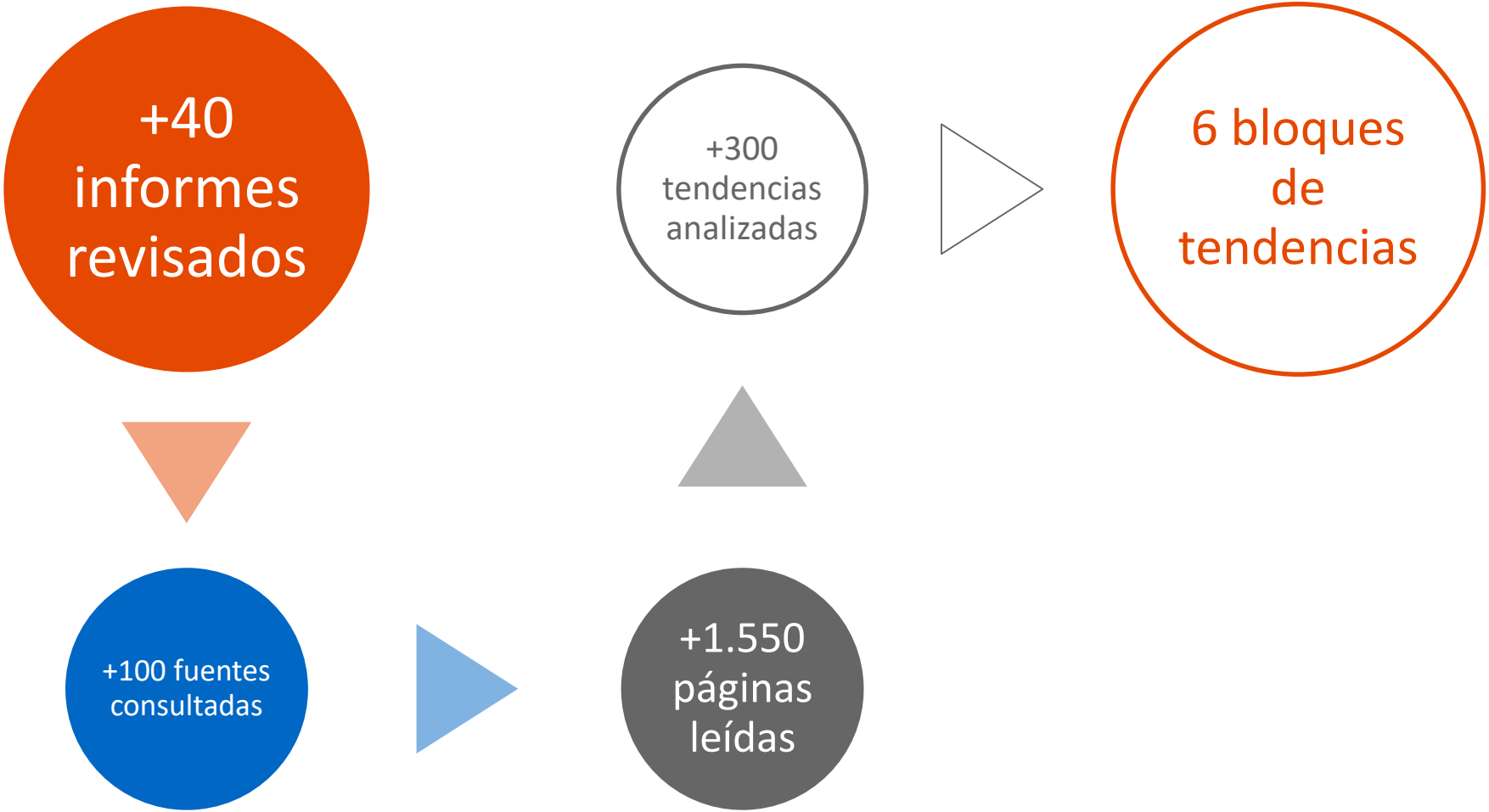
Examinar las principales fuentes sobre la temática

Estructurar cada fuente y extraer los datos que impactan

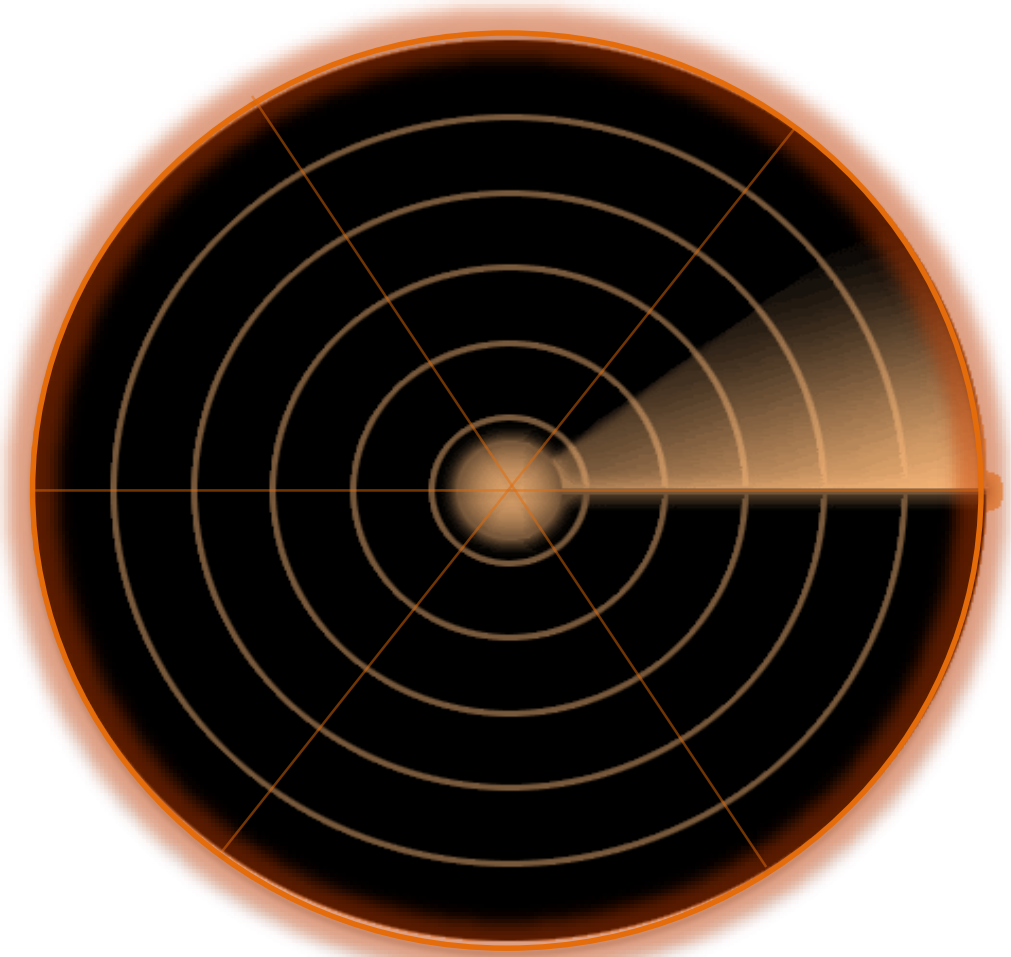
Revisar cada dato y verificar su valor como tendencia

Resumir y sintetizar los hallazgos y conclusiones

Fuentes y referencias



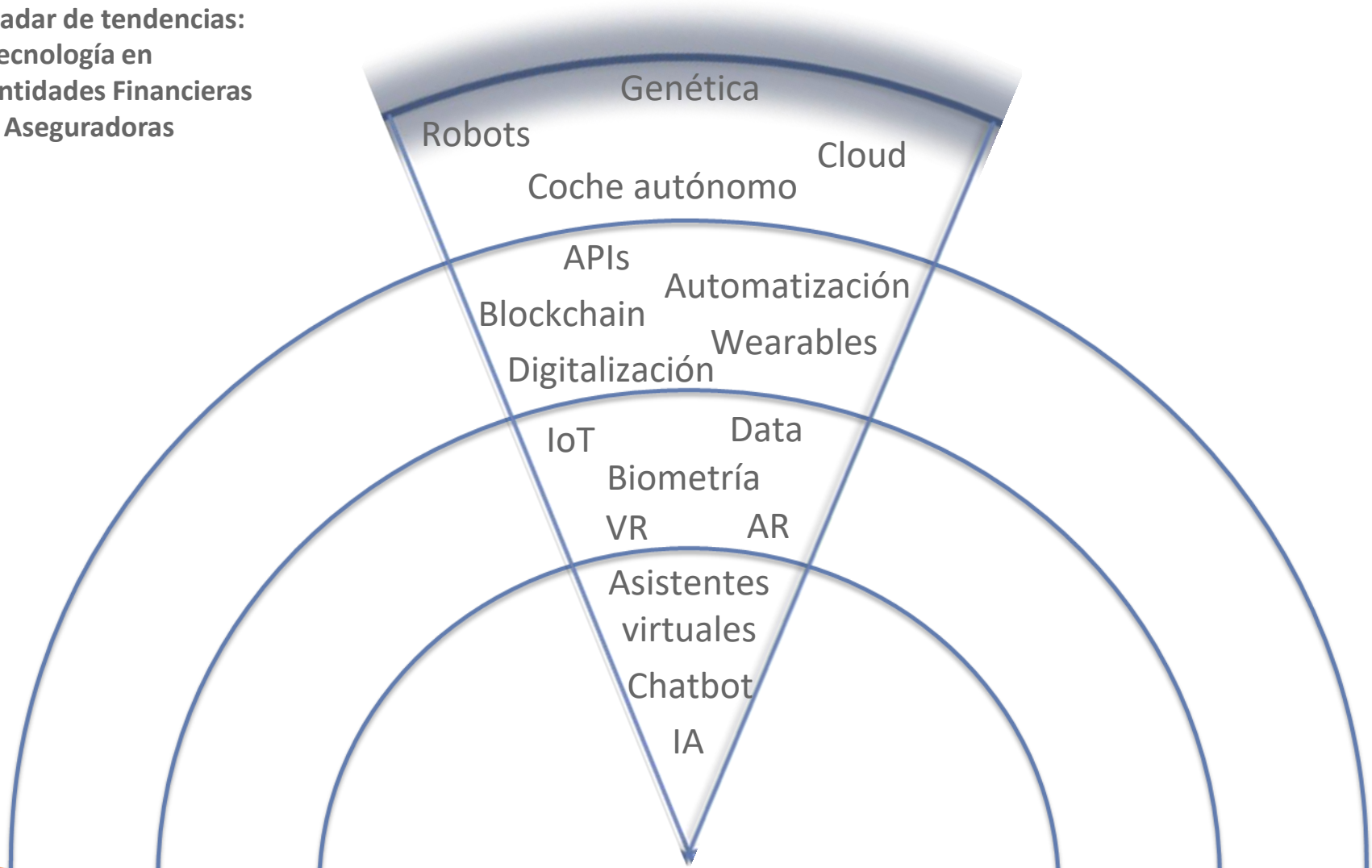
Resumen ejecutivo: Radar de tendencias



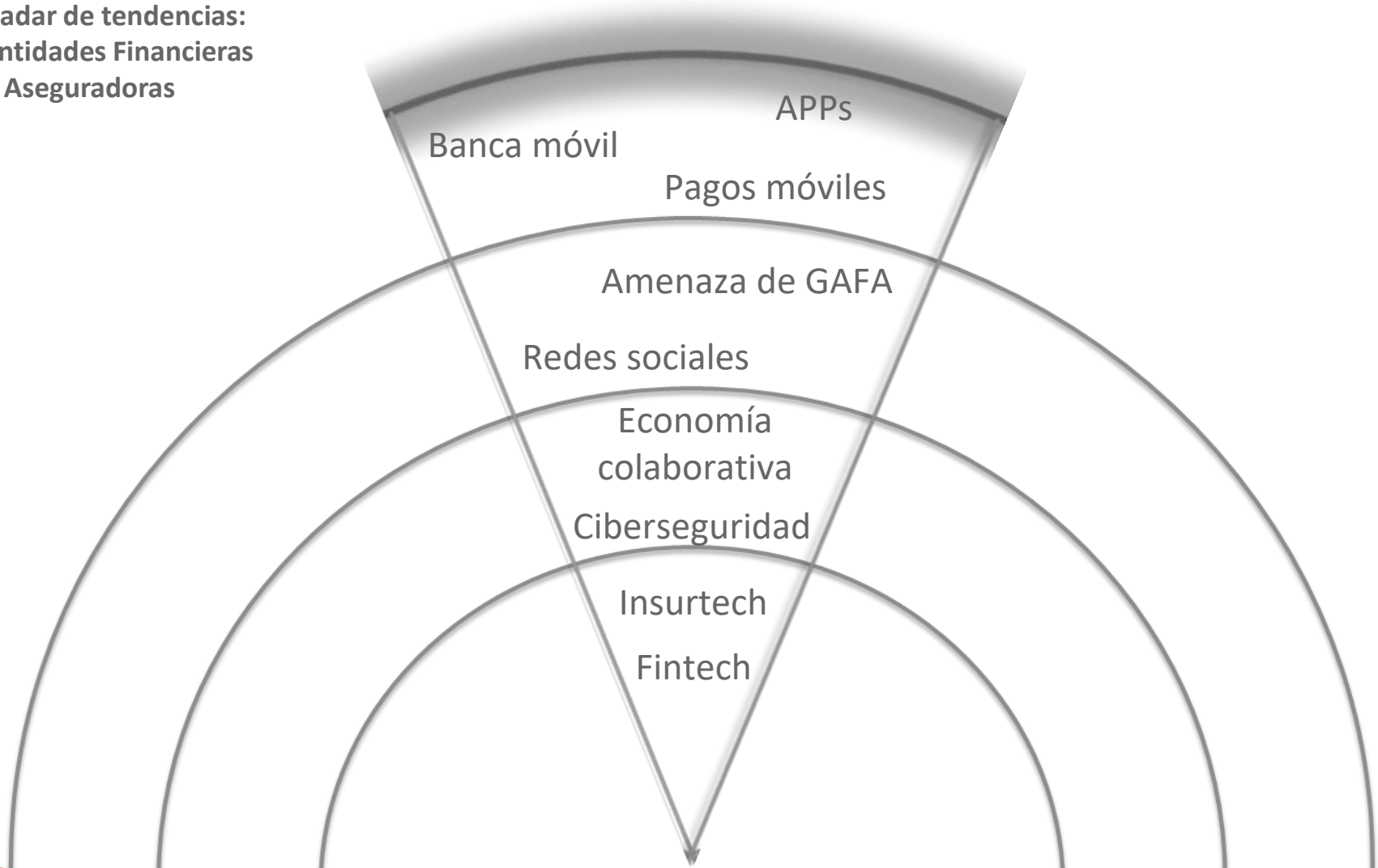
Radar de tendencias: Los clientes de hoy



Radar de tendencias: Tecnología en Entidades Financieras y Aseguradoras



Radar de tendencias: Entidades Financieras y Aseguradoras



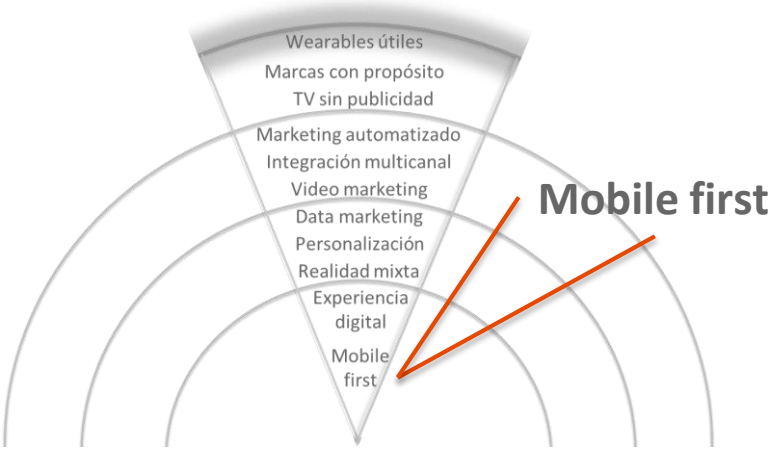
Radar de tendencias: Función de Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras

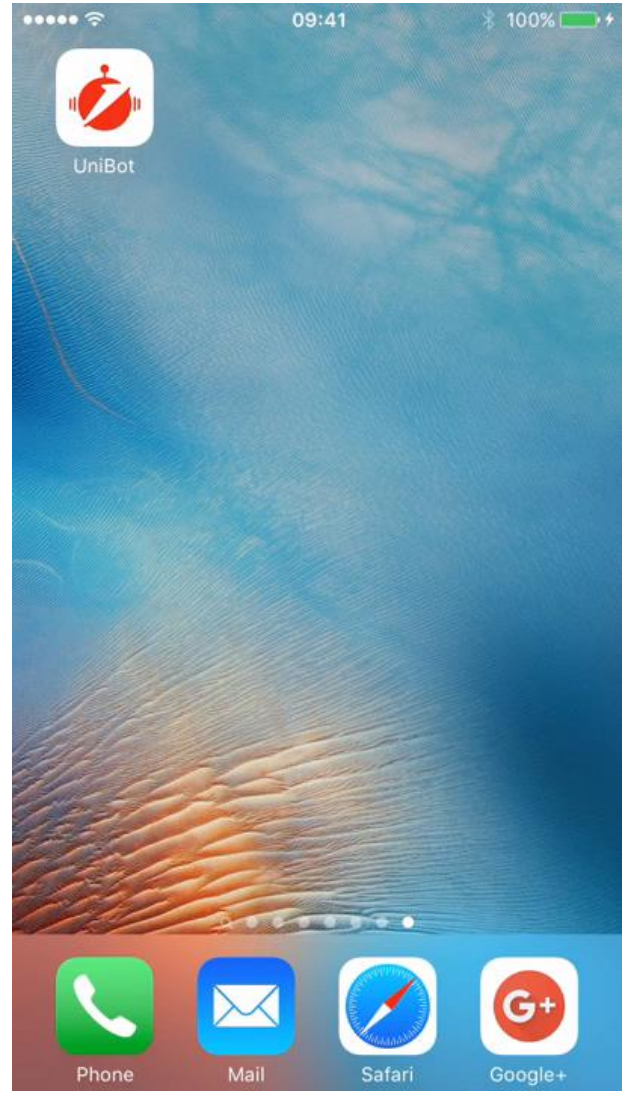


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras

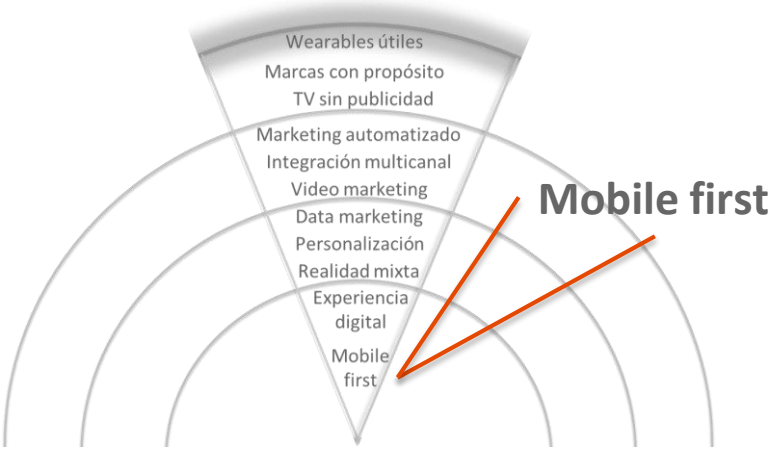


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



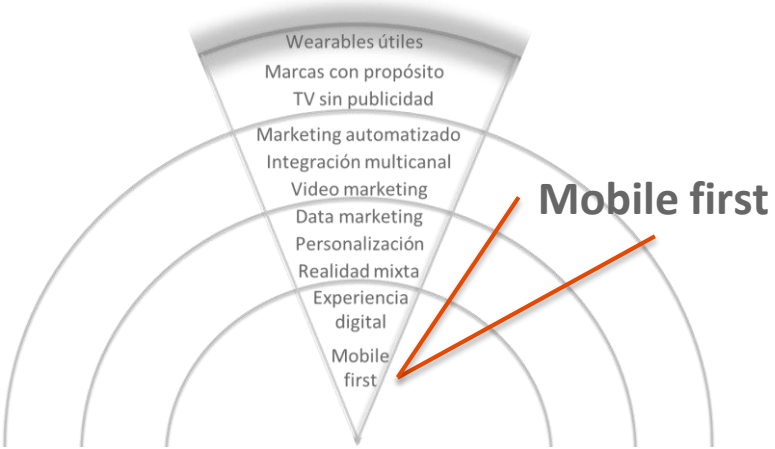


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



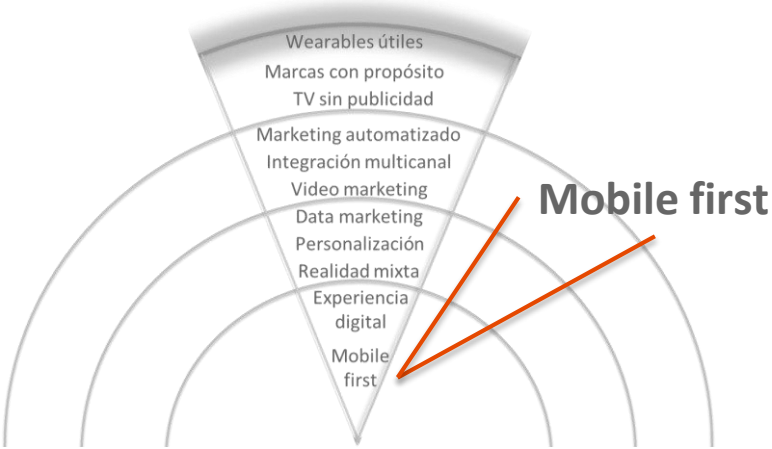


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





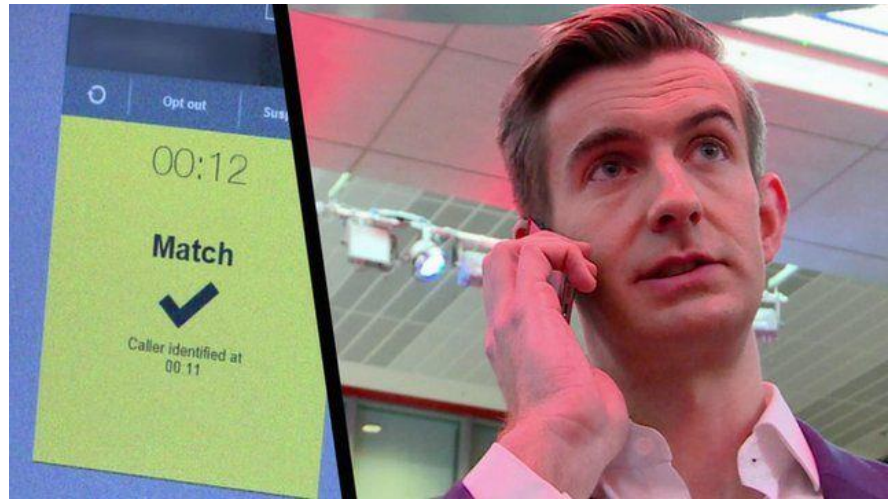
Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



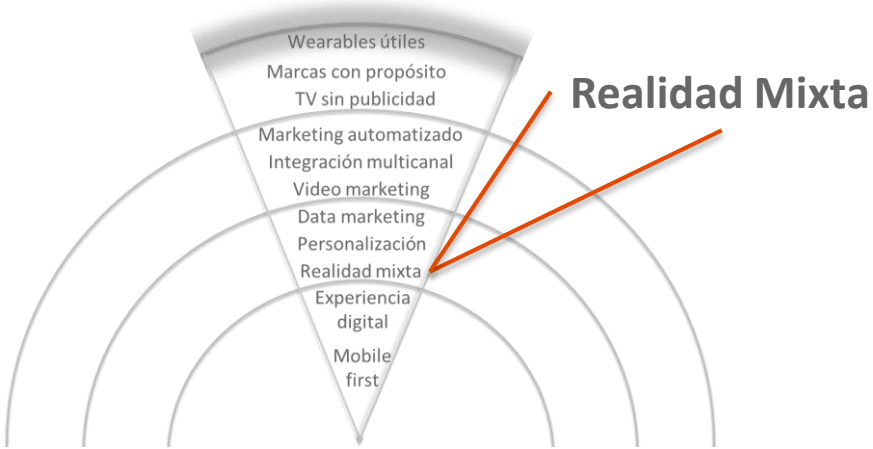


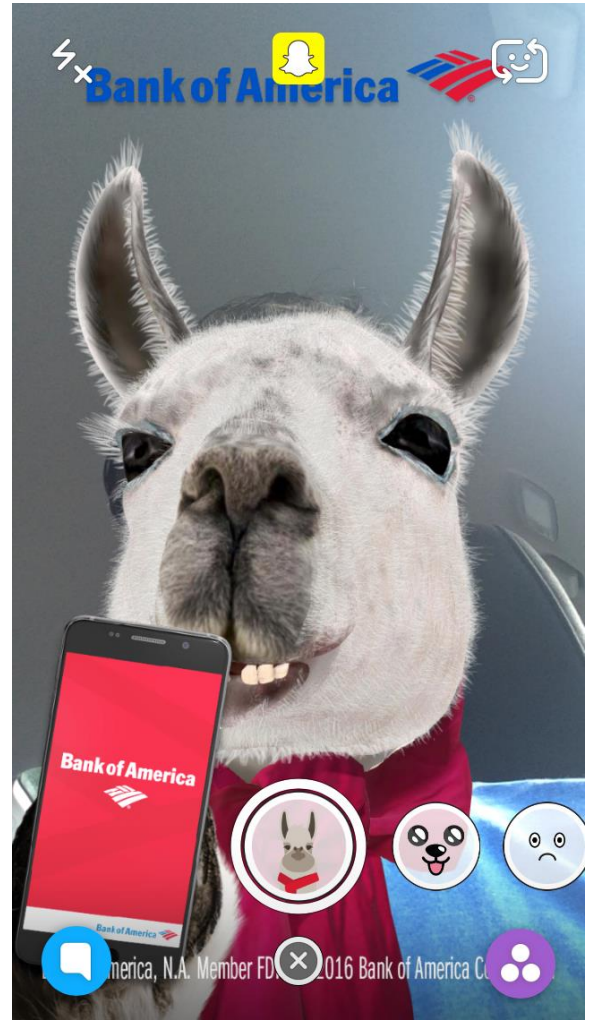
Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



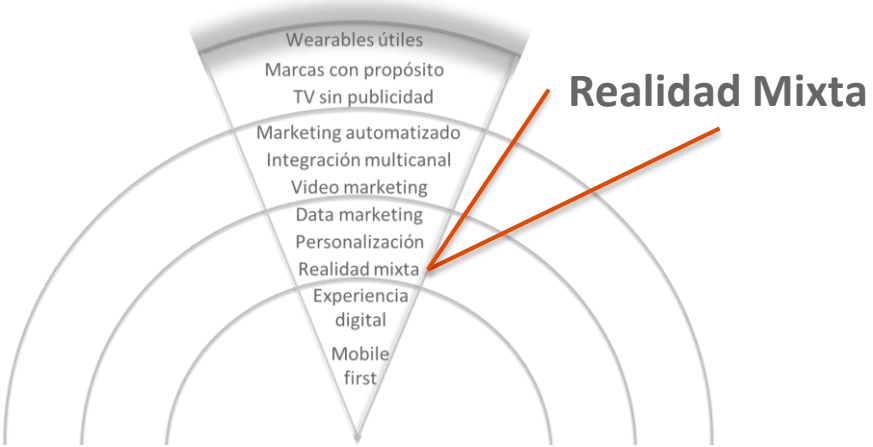


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





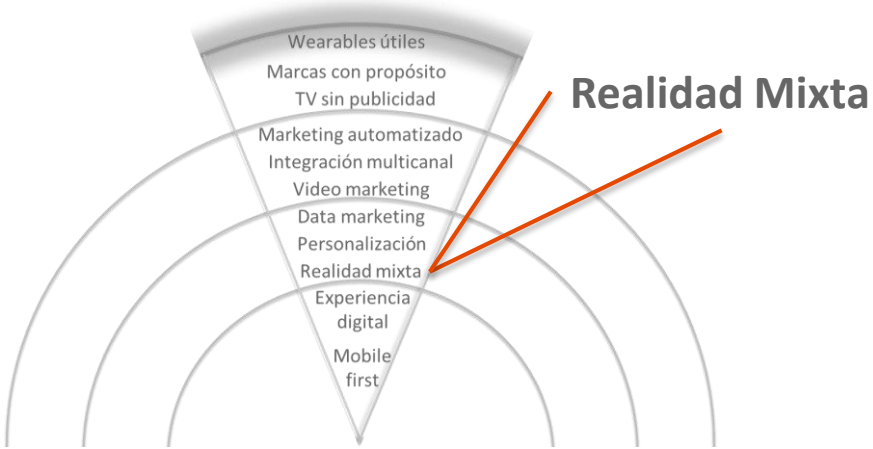
Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





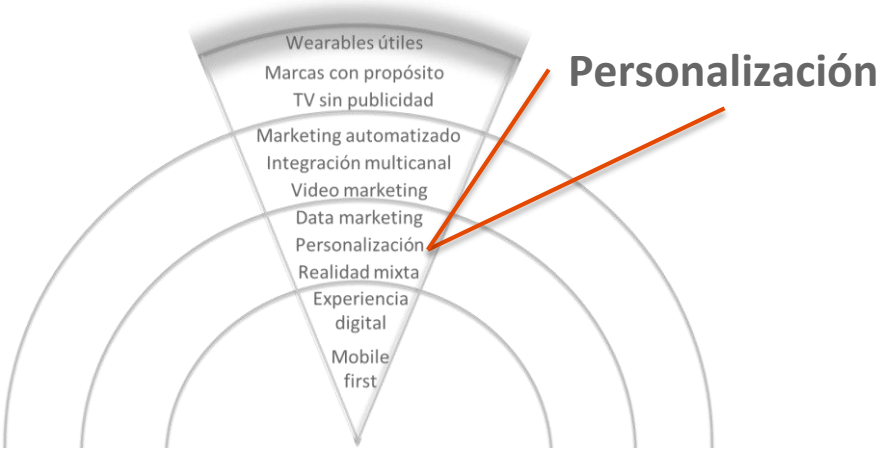


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



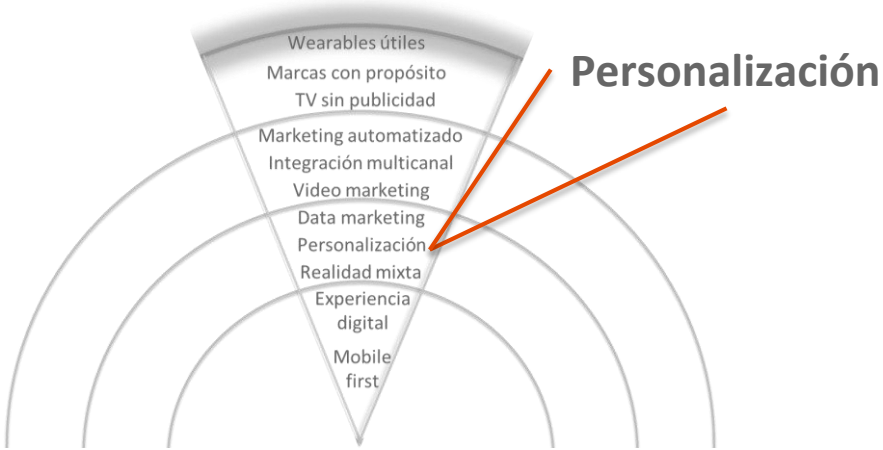


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



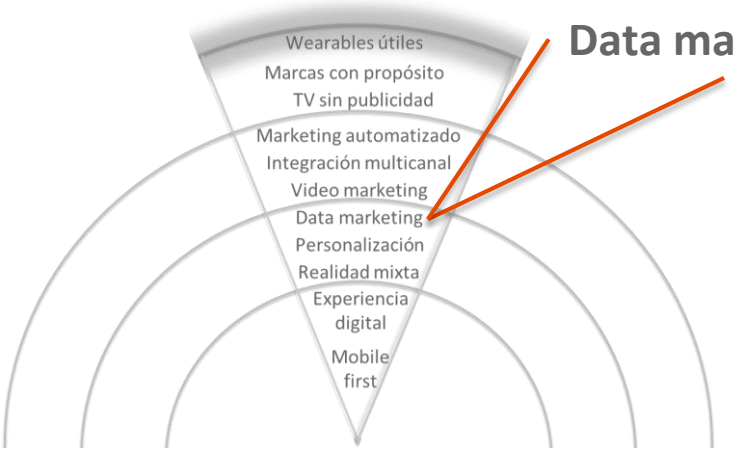
When **speaking** to Joe...

- Use words like "done", "absolutely", and "it's taken care of".
- Project boldness and confidence (even at the risk of sounding impolite)
- Don't expect to lead the conversation
- Don't take time to earn trust before making your point

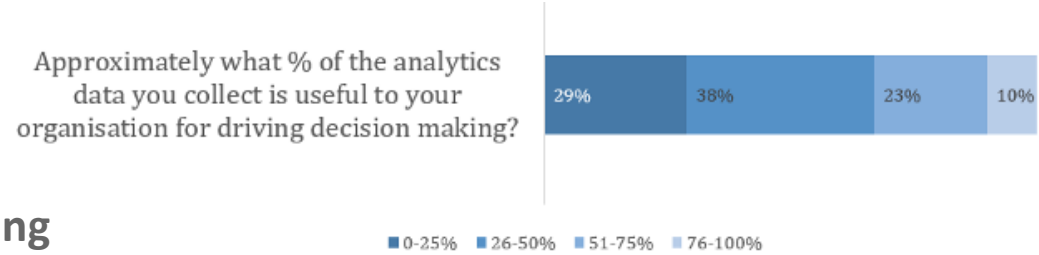
When **emailing** Joe...

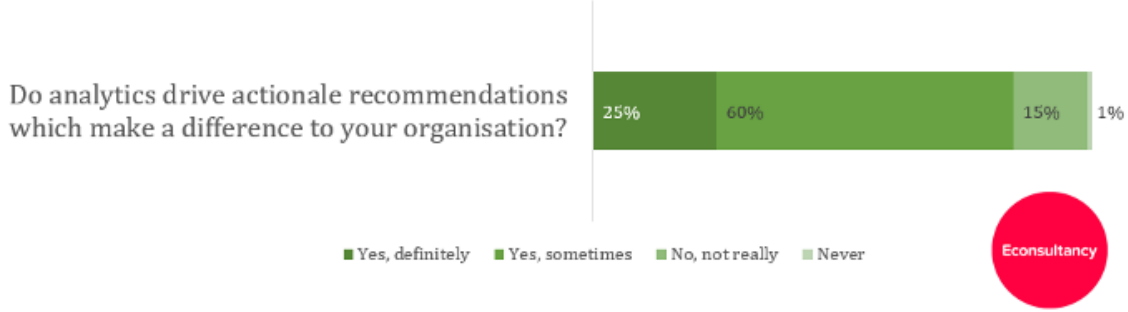
- State your purpose for the email in the first sentence
- Write 3 sentences or less
- Don't add non-essential but friendly lines like "hope you're doing well"
- Don't use a formal greeting and closing

Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras

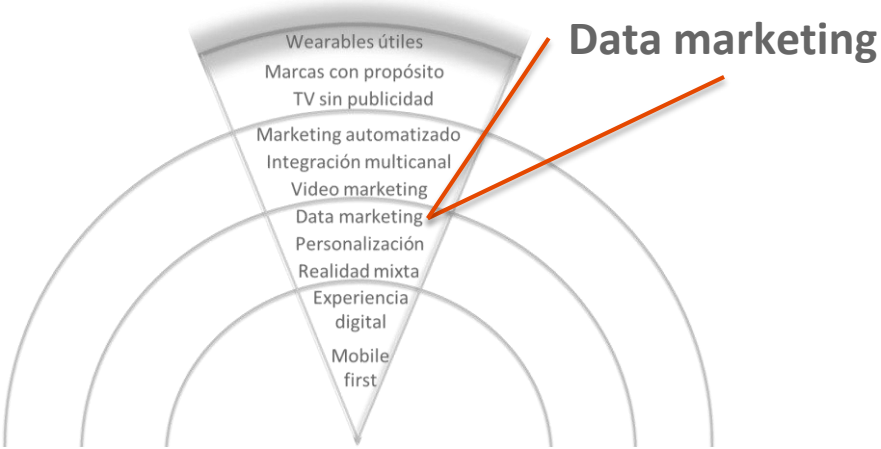


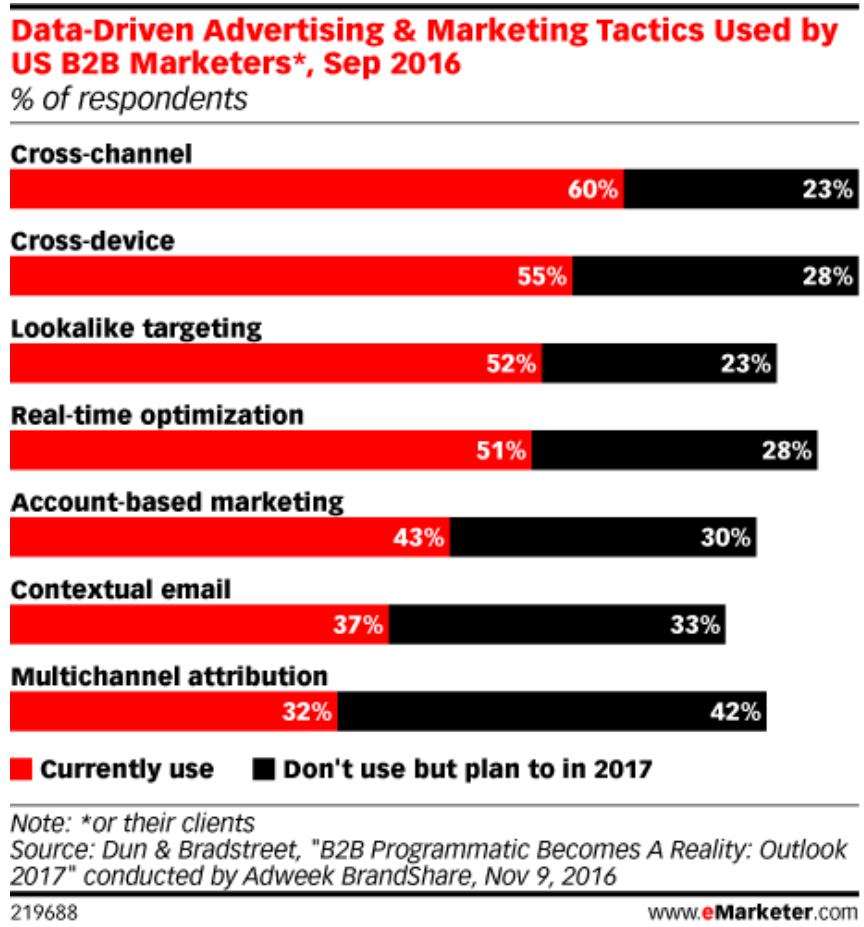
Data marketing





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



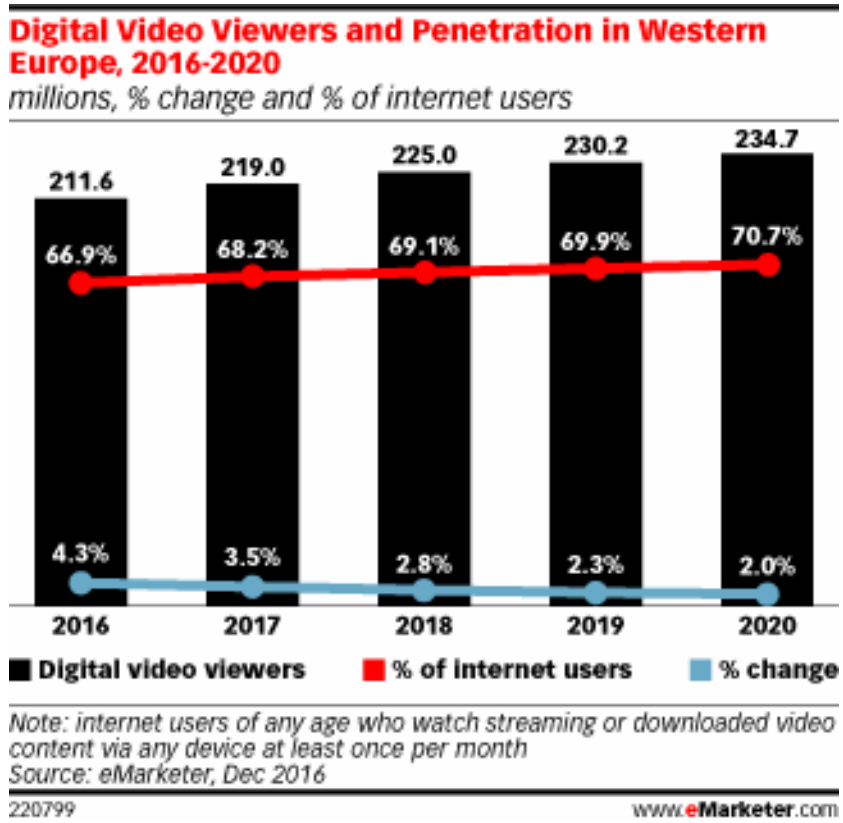
Video marketing



Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras

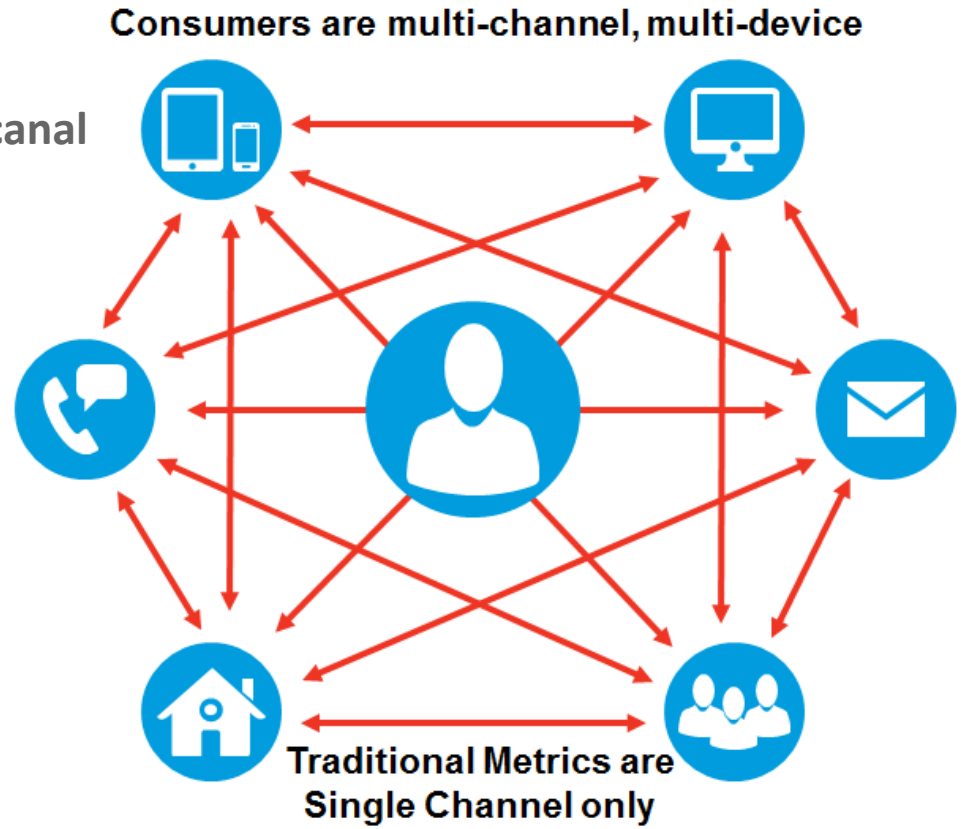


Video marketing



Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



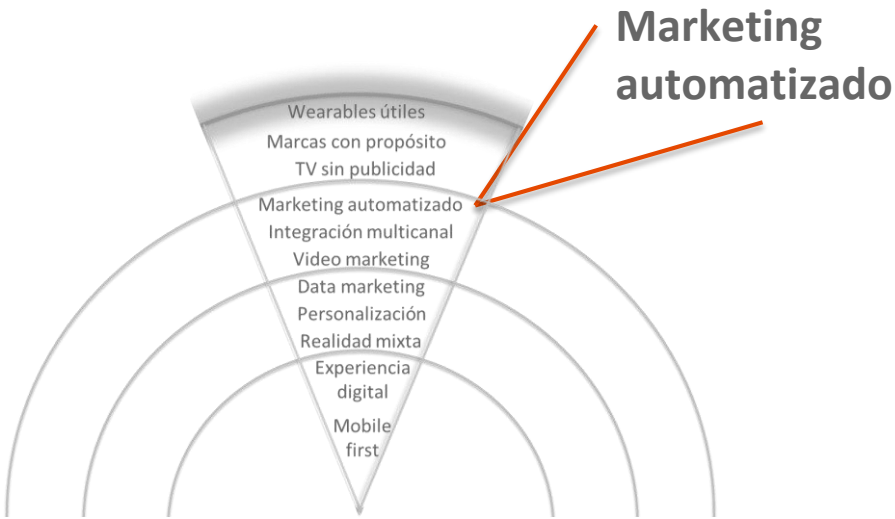


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



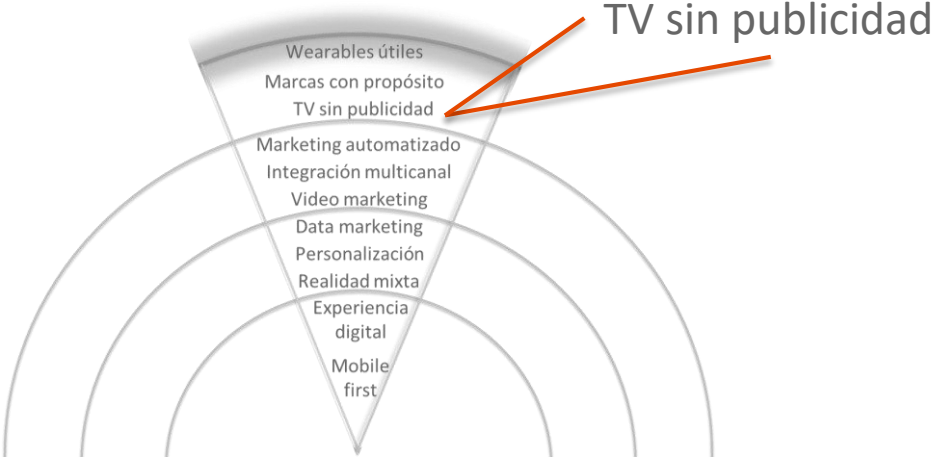


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



TV/Film and Video Content Viewed by Internet Users in Select Countries in Western Europe, by Method, Oct 2016

% of respondents

	France	Germany	Italy	Spain	Sweden	UK
Live TV/films on free-to-access channels	76%	72%	66%	73%	67%	60%
Recorded TV/films	43%	41%	46%	44%	32%	51%
Catch-up or on-demand TV/films from free-to-access broadcaster services	40%	40%	39%	42%	34%	61%
Video content from other sites or providers	36%	47%	55%	54%	42%	44%
Live TV/films on paid channels, including subscription channels and pay-per-view	27%	16%	25%	31%	39%	33%
Downloaded, rented or purchased video/films	20%	19%	47%	42%	23%	21%
TV/films on subscription video-on-demand (VOD) services	16%	25%	23%	21%	34%	35%
TV/films using VOD services through a pay TV provider	14%	15%	23%	10%	8%	33%

Note: France n=1,008; Germany n=1,010; Italy n=1,032; Spain n=1,016; Sweden n=1,000; UK n=1,000; ages 18+
Source: Office of Communications (Ofcom) - UK, "International Communications Market Report 2016," Dec 16, 2016

221524 www.eMarketer.com

Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



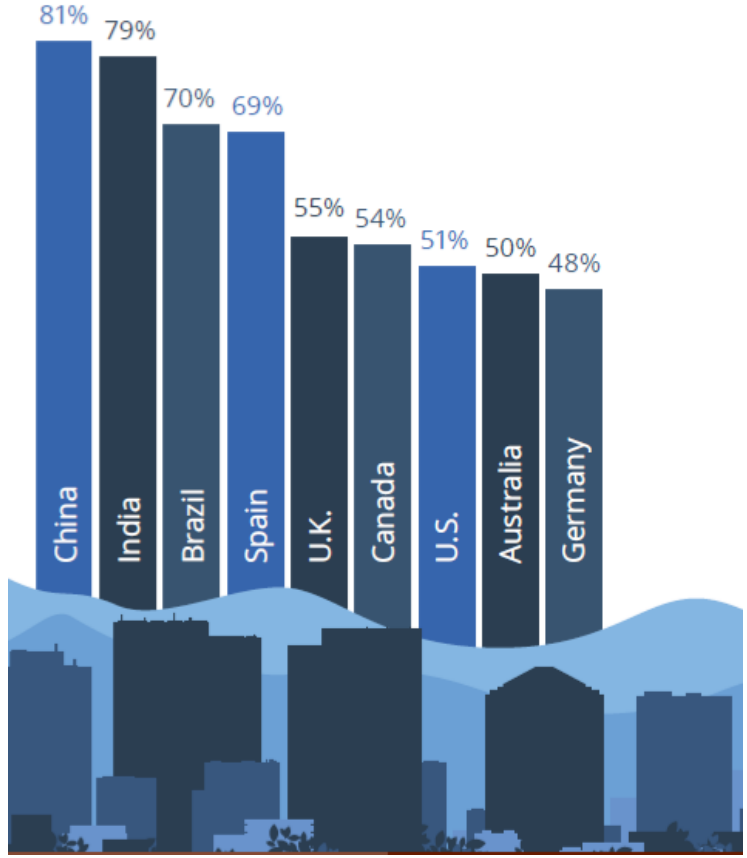


Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras



"Companies are responsible for improving the lives of their customers."

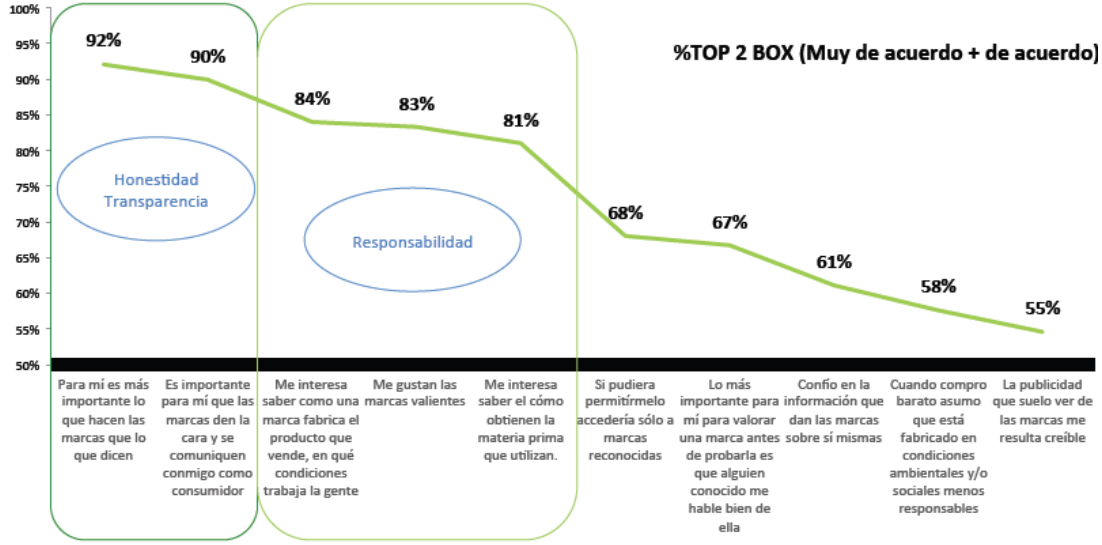
(percent of adults globally who agree)



Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras

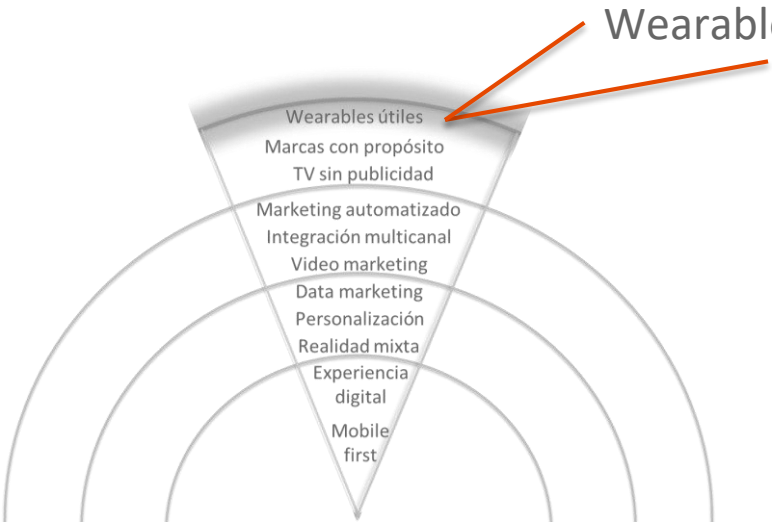


P11. Para terminar, ¿podría indicar en qué grado está usted o no de acuerdo con las siguientes afirmaciones referidas a las marcas? (RESPUESTA ÚNICA)



TOTAL BASE: 606 ENTREVISTAS

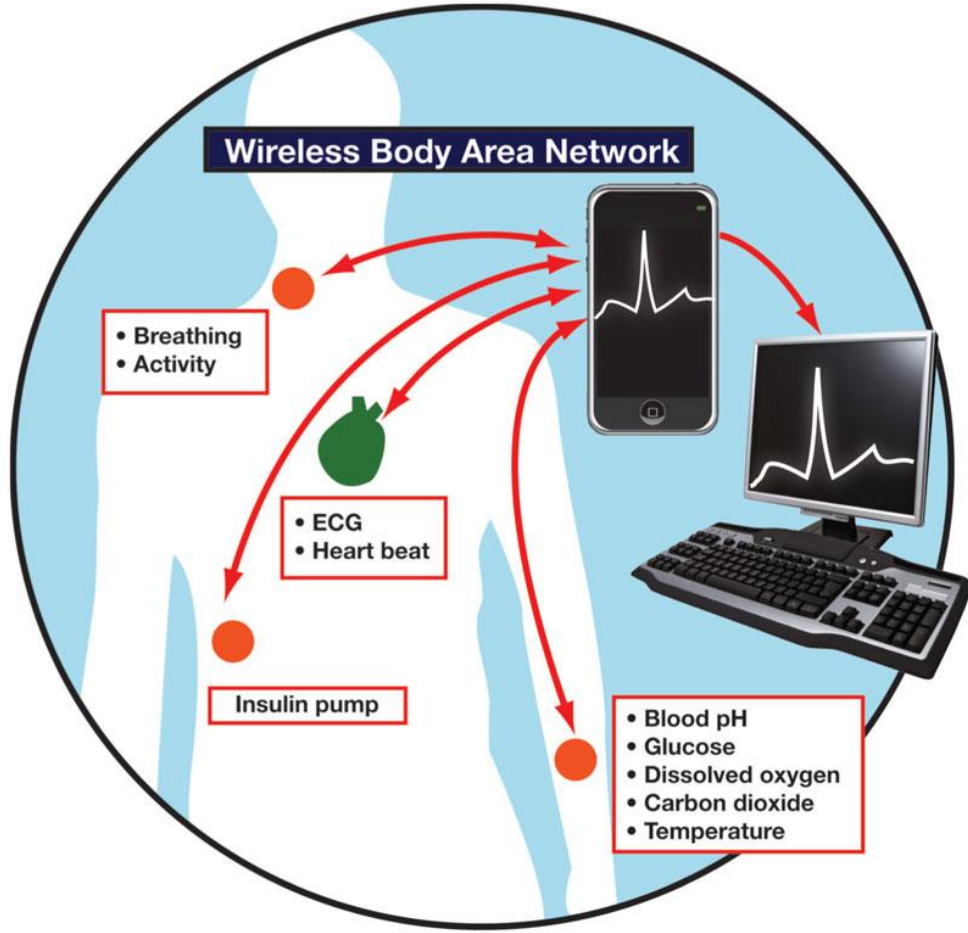
Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras





Radar de tendencias 2017: Marketing en Entidades Financieras y Aseguradoras




Muchas
gracias
por vuestra atención

ditrendia
digital marketing trends

DIGITAL



Conocer qué hacer en el **entorno digital**, mobile y el 2.0, con un **enfoque omnicanal**

MARKETING



Captar, fidelizar, cualificar, conocer,… a tus clientes y **mejorar su experiencia**

TRENDS



Estar al tanto de las **tendencias** y **cambios** de los **consumidores** y del entorno

Te ayudamos en la digitalización de tu marketing



ditrendia
digital marketing trends

Si desea enviarnos sus comentarios o solicitarnos más información respecto a nuestros servicios, puede contactar con nosotros a través de:
prensa@ditrendia.es ó del (+34) 91 598 39 00