

La Lotería de la Vida en la Web

En el 2010, la estrategia de comunicación La Lotería de la Vida inicia su segunda fase y utiliza el poder de internet como herramienta de educación en seguros.

Por:

Ingrid Vergara Calderón

Directora de Comunicaciones y Mercadeo
FASECOLDA

El sector asegurador colombiano unido le apostó a una estrategia de comunicación, con una duración de tres años. Bajo la sombrilla de **La Lotería de la Vida**, la que todos juegan pero que nadie se quiere ganar, porque el ganador de un riesgo puede ser cualquier persona, pretende lograr un cambio de cultura para tener una sociedad dirigida hacia el desarrollo, midiendo cómo percibe la gente los riesgos y cuáles son sus opciones para afrontarlos después de un proceso de concientización.

La campaña concebida en tres etapas, buscaba en la primera poner el tema de los riesgos y los seguros en la agenda pública, intentado generar una reflexión que les permitiera a los colombianos confrontar con la lógica propia la manera de asumir sus riesgos. Por eso, en el 2009, se rigió bajo el lema: **La Lotería de la Vida: la juegas con sin seguro.**

Después de varias mediciones y conocidos los primeros indicios de cambio de comportamiento en la percepción del

Cultura

consumidor de seguros, para quien el seguro se empieza a ver como una necesidad, pero que aún no es alcanzable, iniciamos con la segunda etapa de la campaña.

Esta fase, que se regirá bajo el lema: **Jugar sin seguro siempre te cuesta más**, tiene como fin profundizar en un componente educativo para hacer evidentes las implicaciones que conlleva estar expuesto a los riesgos cotidianos sin contar con la protección adecuada, pero también explicando que el seguro está al alcance de todos.

Internet herramienta de educación

En el 2010 la estrategia de comunicación además de la publicidad en los tradicionales medios masivos, incursiona en internet. A través de esta herramienta, los colombianos podrán aprender y conocer de manera lúdica y formativa a cerca de los riesgos a los que se podrían

ver expuestos de acuerdo con su etapa de la vida, y los seguros que podrían adquirir según sus prioridades y sus propias necesidades.

La dirección de la nueva página, que entra en funcionamiento a partir del mes de febrero, es **www.laloteriadela vida.com**. En ella, los cerca de 25.000 visitantes que se espera ingresen al mes, podrán hacer un recorrido interactivo por el mundo de los seguros.

Imagen página principal

El *look and feel* de la página está centrado en una máquina de balotas y cinco tokens, cada uno con una función diferente, así:

RIESGOS: Este botón está destinado a **entender los riesgos**; qué son, cómo pueden afectar a una persona y qué



pasaría sí..., invitando a la reflexión y a enfrentarse con su propia realidad para que el internauta asuma una actitud responsable frente a una posible eventualidad.

HISTORIAS: En esta sección las personas podrán conocer casos de la vida real, en los que los riesgos se hicieron evidentes y cómo los afrontaron los afectados. Además cada uno podrá subir, a través de Facebook, sus videos e historias habladas o escritas sobre seguros. Las historias podrán ser calificadas y comentadas por los visitantes a la página.

JUEGA: Este juego interactivo ubica al internauta en su ciclo de vida y, de acuerdo con la edad y la perspectiva de vida, el individuo puede conocer las posibles eventualidades que le pueden suceder y cómo protegerse contra éstas a través de los seguros que debería tener.

SEGUROS: En esta sección la persona podrá aprender qué es un seguro y cómo familiarizarse con ellos. Allí encontrarán un sencillo glosario de los términos más frecuentes, lo que se debe saber antes de adquirir un seguro y los diferentes tipos de seguros que existen, desde los de personas, los patrimoniales, los obligatorios y los microseguros. En cada uno de ellos se explica qué cubre, cómo funciona, desde qué precio se consigue y dónde se puede adquirir.

Las personas además podrán calificar de 1 a 5 si esta información le es útil y escribirnos sus comentarios.

CONTÁCTENOS: A través de este botón o escribiendo al correo electrónico laloteriadela vida@fasecolda.com, las personas podrán manifestar sus inquietudes o sugerencias y tener un contacto permanente con nosotros.

Finalmente la página cuenta con tres botones adicionales para que los internautas la recomienden a un amigo a través de Twitter o Facebook y así crear comunidades sobre seguros, reportar un error y conocer el listado y la información completa de nombre, dirección, teléfonos de contacto, call center, página de internet y ramos que explotan las compañías autorizadas por la Superintendencia Financiera de Colombia para ofrecer seguros en el país.

De manera educativa y lúdica quienes visiten el portal www.laloteriadela vida.com, podrán conocer sobre las posibilidades de protección que ofrece el mercado ante cualquier eventualidad y podrán participar en rifas y concursos que los inviten a ingresar a la página y aprender sobre seguros.

La campaña estará apoyada por publicidad en la Web en las páginas más visitadas del país.



» La dirección de la nueva página, que entra en funcionamiento a partir del mes de febrero, es www.laloteriadela vida.com. En ella, los cerca de 25.000 visitantes que se espera ingresen al mes, podrán hacer un recorrido interactivo por el mundo de los seguros.