

Nota: cuadro gris cubre información de uso privado.

DESCRIPCIÓN GENERAL

INTRODUCCIÓN

Este análisis predictivo entrega una nueva visión cuantitativa en torno al consumo de contenidos por parte de la audiencia, tomando como base las publicaciones registradas en el blog de la Compañía.

La idea inicial partió de la necesidad de demostrar que una mayor cantidad de contenido, es sinónimo de mayor desinterés o abandono, esto último es lo que podemos denominar hipótesis.

OBJETIVOS

Aportar al desarrollo de contenidos más efectivos.

Generar aprendizajes que hagan más visibles las necesidades del target.

Dar argumentos cuantitativos al equipo para sus propuestas y trabajos.

Promover la eficiencia operacional y la optimización de recursos técnicos y humanos.

METODOLOGÍA

1. Definición de hipótesis y plan de desarrollo.
2. Trabajo de campos general, buscando indicadores de conducta del consumidor.
3. Incorporación de fuentes académicas, como el estudio de lectura del profesor Marc Brysbaert (2019). [Conócelo aquí](#)
4. Revisión de blog y conteo de palabras de 700 landing, a través de IA y scripts.
5. Análisis de resultados, generación de conclusiones y entregable final.

OBSERVACIONES

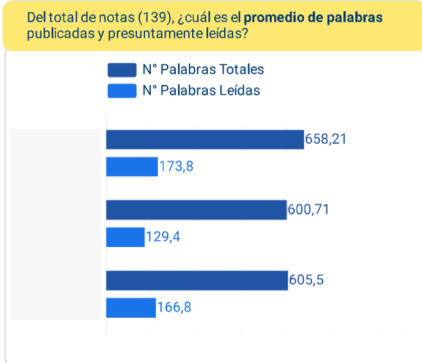
1. El tiempo de lectura acotado es una tendencia, con consumidores que en promedio llegan a las 160 palabras.
2. La extensión no es el único factor de impacto, dado que los contenidos breves tampoco superan el 30% de palabras leídas.
3. La visibilidad y el tipo de información podrían ser dos características a
4. La conducta observada en este informe coincide con las estadísticas del sitio y con los mapas de calor.

RECOMENDACIONES

RESULTADOS 2023 - 2025



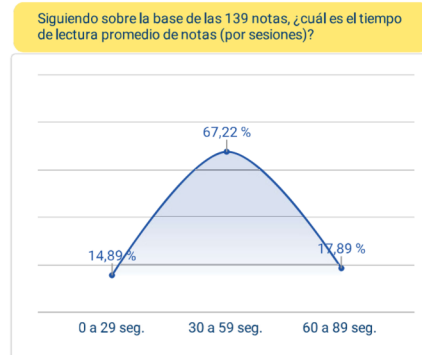
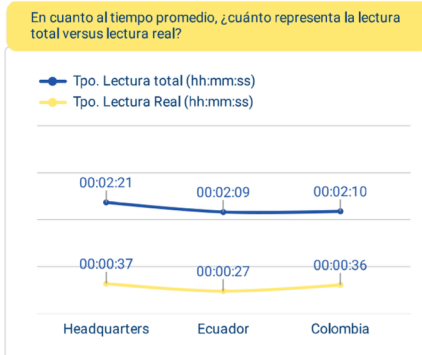
INDICADORES QUE RESPONDEN DUDAS



Entre los tres países, la media son 158 caracteres, los que están representados por el siguiente texto.

El impacto de la era digital en el negocio
Las compañías de seguros siempre han buscado acercarse a sus agentes o corredores como forma de asegurarse su lealtad o preferencia frente a otras compañías; así como a sus clientes finales como forma de ser menos dependientes de los primeros. Esto no les ha resultado fácil a lo largo de la historia, por múltiples razones que seguramente analizaremos en otra oportunidad. Pero, gracias a los nuevos recursos digitales, las compañías tienen por primera vez a su alcance medios atractivos y beneficiosos para lograrlo. Generando así posibilidades de acceso, personalización y contacto, a costos razonables, como nunca antes las han tenido.

A esto le tenemos que sumar el cambio en la mentalidad, hábitos y comportamientos de los clientes. Como resultado de todo esto, las aseguradoras están encontrando en el canal digital también un medio para agilizar sus tareas, ser más eficientes y finalmente más rentables. Fuente: Deloitte



¿Cuál es el total de palabras publicadas por categoría y qué % de lectura real (efectiva) tiene?

| | | |
|--------------------------------|--------|-----|
| Bienestar Físico y Mental | 18.406 | 27% |
| Bienestar Financiero y Laboral | 14.950 | 28% |
| Noticias | 10.446 | 35% |
| Bienestar | 9.274 | 25% |
| BMI Blog | 5.032 | 21% |
| Bienestar Físico y Financiero | 4.771 | 19% |

¿Qué noticias cuentan con el mayor % de lectura efectiva en relación a su cantidad de palabras?

| | | |
|--|-------|-----|
| Cómo potenciar habilidades por medio de la alimentación en los | 1.191 | 34% |
| Salud para todos, ¿Qué debo hacer para tener una juventud | 785 | 38% |
| Guía completa: cómo prevenir y tratar el herpes labial | 753 | 35% |
| Seis avances tecnológicos que están transformando el cuidado | 731 | 42% |
| Alimentos que aumentan el riesgo de desarrollar cáncer | 688 | 47% |
| Fondo de emergencia versus ahorro, conoce | 664 | 39% |

