



#NuevaEraLíneaDirecta

LÍNEA DIRECTA CONTARÁ EN 2020 CON MÁS DE 1,5 MILLONES DE CLIENTES DIGITALES

- **Bajo el lema “Más digitales, más útiles”, Línea Directa presenta su nueva forma de relacionarse con los clientes, que permitirá a los asegurados ahorrar un 50% de tiempo en las gestiones de su póliza.**
- **La compañía apuesta por la omnicanalidad y la tecnología en la relación con sus clientes, sumando a su modelo telefónico una amplia gama de servicios *mobile* basados en la Inteligencia Artificial, los Asistentes Virtuales y el Big Data.**
- **Actualmente, más del 60% de los nuevos asegurados de la compañía vienen a través del canal digital y el 40% de los clientes hacen sus gestiones con el seguro a través de canales digitales, unas cifras que consolidan a Línea Directa como el líder *on line* en el sector asegurador.**
- **Para 2020, la compañía pronostica que la mitad de sus clientes (más de 1,5 millones) se relacionen con ella a través de soportes digitales.**
- **La digitalización contribuirá a afrontar con éxito los principales retos de negocio de Línea Directa: reafirmarse como el referente tecnológico en el sector, crecer al fuerte ritmo de los últimos años y alcanzar los 1.000 millones de euros de facturación a medio plazo.**
- **Obtener el precio del seguro con solo dos fotos, recibir una indemnización del seguro de Hogar a través de un vídeo del bien dañado o pedir una cita médica utilizando un asistente de voz son algunos de los ejemplos de los novedosos servicios digitales que Línea Directa ha presentado hoy.**
- **Además, como apoyo a su ambicioso proceso de Transformación Digital, Línea Directa ya ha anunciado que en los próximos meses contratará a 150 profesionales de perfil STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) y Digitales.**

Madrid, 4 de julio de 2019.- Obtener el precio del seguro fotografiando el carné de conducir y la matrícula del coche; recibir una indemnización por la rotura de una vitrocerámica simplemente enfocándola con el móvil; pedir una cita con el médico utilizando un asistente de voz o recibir descuentos en la renovación de la póliza participando en una novedosa forma de *Pay as You Drive* a través de la App. No es ciencia ficción, es la nueva era digital del



línea directa

seguro que **Línea Directa**, bajo el lema “**Más digitales, más útiles**”, ha presentado hoy a los medios de comunicación.

Todos estos servicios son solo una muestra de la **nueva forma de relacionarse con los clientes** que, a lo largo de los próximos meses, la compañía quiere implementar a través de la Inteligencia Artificial, los Asistentes Virtuales, el IoT y el *Big Data*, siempre con el objetivo de impulsar la máxima utilidad, la flexibilidad y la omnicanalidad en la relación con sus asegurados y hacerles su vida mucho más sencilla y fácil.

En 1999, Línea Directa fue la primera compañía en vender pólizas de Autos a través de Internet, inaugurando un canal que, en la actualidad, **aporta más del 60% de los nuevos asegurados** de la compañía. Además, el **40%** de los clientes actuales de Línea Directa ya realizan sus gestiones del seguro principalmente a través de este canal, un porcentaje que llega hasta el 100% en el caso [Vivaz](#), la marca de seguros de Salud del Grupo.

El objetivo de la aseguradora es contar en 2020 con **más de 1,5 millones de clientes digitales**, que, según sus previsiones, podrán **ahorrar hasta un 50% de tiempo** en las gestiones y trámites relacionadas con sus seguros de coche, Hogar y Salud. Todo ello permitirá a Línea Directa afrontar sus principales objetivos estratégicos: reafirmarse como el **referente tecnológico** en el sector, crecer al ritmo de los últimos años y alcanzar, a medio plazo, los **1.000 millones de euros** de facturación.

Según **Miguel Ángel Merino**, Consejero Delegado de Línea Directa, “nuestro proceso de Transformación Digital se asienta sobre dos pilares fundamentales: la omnicanalidad, que permitirá al cliente relacionarse con nosotros a través del canal que desee, y la utilidad, que nos lleva a hacer la vida de nuestros clientes más sencilla, más ágil y más cómoda. En este sentido, la digitalización como reclamo artificial no nos interesa. Nuestra filosofía es que si algo no es verdaderamente útil para el cliente, no nos vale”.

Digitalización, omnicanalidad y modelo directo

En 1995, Línea Directa transformó el sector asegurador **prescindiendo de la intermediación** en el proceso de distribución de los seguros y apostando por el teléfono como principal canal de venta, convirtiéndose así en la primera compañía que utilizó este soporte para distribuir seguros de forma masiva. Una apuesta que cuatro años después redobló con la inauguración de su canal de venta On line, un ámbito que ahora lidera en el sector asegurador.

En este sentido, la apuesta de la compañía por la tecnología y los servicios digitales supone **avanzar en su estrategia de omnicanalidad**, que tiene por objetivo atender a cada tipo de cliente a través del canal que desee, ya sea más tradicional, como el telefónico, idóneo para aportar más valor al cliente en ciertos casos concretos, como los siniestros más graves; o de última generación, como los *bots*, los Asistentes Virtuales, las Apps o los soportes *mobile* en general.

Sobre esta cuestión, la compañía considera que el **modelo de negocio directo**, gracias a su alineamiento, su desintermediación y su carácter



línea directa

tecnológico, constituye una **ventaja competitiva** respecto al modelo tradicional de distribución de seguros, lo que facilitará a Línea Directa ahondar en la mejora de la relación con sus clientes.

Una experiencia de cliente diferencial

Esta apuesta por la tecnología permitirá a Línea Directa contar con un **customer journey** ("Viaje del cliente") diferencial, que, además de incluir soluciones basadas en la tecnología de última generación, como *wearables*, IoT o aplicaciones móviles, colocará al cliente y sus necesidades en el centro de todas las decisiones de negocio.

De esta forma, **momentos clave** en la relación de un asegurado con Línea Directa, como la contratación, las gestiones del cliente, la apertura y seguimiento de partes de accidente o la renovación, estarán presididos por la **flexibilidad y la facilidad**, siendo el cliente el que decide la forma y el momento de comunicarse con su compañía, sin horarios ni desplazamientos innecesarios.

Por otra parte, gracias a la digitalización, la compañía también quiere poner en valor el trabajo de sus operadores y especialistas, que, al ser liberados de las tareas más administrativas, como abrir un parte de un siniestro sencillo, valorar un daño, o concertar una cita con el médico, podrán centrarse en los procesos más decisivos y satisfacer así las necesidades de sus **más de 3 millones de clientes**. En este sentido, como apoyo a su proceso de Transformación Digital, la compañía ya ha anunciado que contratará en los próximos meses a **150 profesionales de perfil STEM** (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) y Digitales para desarrollar e implementar las nuevas soluciones y servicios.

Para ver todos los ejemplos de servicios digitales que se han mostrado en la Rueda de Prensa, [pincha aquí](#).

Sobre Línea Directa

[Línea Directa Aseguradora](#), participada al 100% por Bankinter, es en la actualidad la 5ª aseguradora de automóviles de España, y está especializada en la venta directa de seguros de coches, motos, empresas y autónomos y hogar. Línea Directa está entre las 100 empresas españolas con mejor reputación, según el ranking MERCO Empresas. También opera en el seguro de Salud con una nueva marca que apuesta por la digitalización y las recompensas para sus asegurados.

Para **más información**, puedes contactar con:

Línea Directa Aseguradora - <http://info.lineadirecta.com>

Santiago Velázquez - santiago.velazquez@lineadirecta.es

Tel.: 91 807 20 15 – 682 196 953

Ricardo Carrasco - ricardocarrasco.perez@lineadirecta.es

Tel.: 91 807 19 67 – 682 38 75 33

Síguenos en:

