

NUESTROS CLIENTES: LA BASE DE LA EXCELENCIA

Para Línea Directa, el cliente ostenta la máxima prioridad estratégica, y conforma, junto a los empleados, proveedores y accionista, un Grupo de Interés de primer nivel. En este sentido, los asegurados constituyen la base y el centro de todas las decisiones y procesos de la compañía, que fomenta una relación con ellos basada en la confianza, la transparencia y el diálogo permanente.

Una compañía directa, sin intermediarios ni agentes y sin redes de oficinas, precisa dotar a todos sus procesos de una experiencia de cliente diferencial. Por eso, Línea Directa testa periódicamente el grado de satisfacción de su cartera con exhaustivos análisis que le permiten identificar las áreas de mejora y adelantarse a las necesidades de los clientes.

Para ello, durante el pasado ejercicio, la compañía implementó un nuevo cuadro de mando que permite realizar seguimientos continuos a los principales indicadores de Experiencia de Cliente, Satisfacción (NSS) y Recomendación (NPS), así como recibir feedback de la experiencia del asegurado en tiempo real, lo que brinda la posibilidad de conocer las fortalezas y debilidades de cada procedimiento.

Esta monitorización también permite realizar acciones concretas con los clientes con riesgo de permanencia en la compañía, aumentando las posibilidades de renovación, de satisfacción y de reducción de los costes en la negociación. Esta rapidez y flexibilidad se sustenta en diversos procesos de Inteligencia Artificial, tales como Speech to Text y Text Analytics, que permite transcribir audios y textos para agruparlos en un plan de códigos común.



LOS ASEGURADOS CONSTITUYEN LA BASE Y EL CENTRO DE TODAS LAS DECISIONES Y PROCESOS DE LA COMPAÑÍA, QUE FOMENTA UNA RELACIÓN CON ELLOS BASADA EN LA CONFIANZA, LA TRANSPARENCIA Y EL DIÁLOGO PERMANENTE.

NUESTROS CLIENTES: LA BASE DE LA EXCELENCIA

Suma en línea

En 2019, "SUMA en Línea", el programa de fidelización de la compañía, alcanzó los 325.000 clientes, lo que supone un crecimiento del 30% respecto al año anterior. Este programa permite a los clientes obtener importantes descuentos en sus compras habituales del automóvil, incluido el repostaje de combustible.

A los partners ya consolidados en el programa (Midas, Norauto y CEPESA), se añadió Eurotaller en 2019. El acuerdo con este socio permitirá a los clientes de la aseguradora acumular un ahorro del 10% del importe que gasten en los centros EuroTaller Plus, a descontar posteriormente del precio de renovación de la póliza. Además, los clientes de Línea Directa que utilicen los servicios de EuroTaller podrán beneficiarse de una revisión gratuita de los 50 puntos clave en la seguridad de sus vehículos.

En 2019, también se formalizaron otros acuerdos que beneficiarán a los clientes adheridos a "SUMA en Línea". En este sentido, los asegurados que utilicen los servicios de Midas pueden sumar descuentos de un 8% de la factura canjeables en la renovación del seguro. Por su parte, con la revisión oficial de Norauto, los clientes de Línea Directa pueden obtener descuentos de 20€ en la factura y acumularán otros 10€ en la tarjeta SUMA. Por último, al suscribir los servicios de CESPSA Hogar, los asegurados de la compañía pueden beneficiarse de 10€ de descuento si contratan la luz y de otros 10€ si contratan el gas.

Línea Directa también lanzó una nueva App de "SUMA en Línea" que mejorará la experiencia de usuario, ya que es más intuitiva y fácil de usar y permite el acceso inmediato al Wallet.

Las quejas, una oportunidad de mejora

A lo largo de 2019, el Servicio de Quejas y Reclamaciones ha implementado un ambicioso plan de actuación encaminado a reducir el número de incidencias con los clientes. El Plan, que ha logrado reducir un 35% las quejas de los asegurados, se fundamenta en el traslado a las diferentes Áreas de Negocio de la información y el análisis de la quejas y reclamaciones, así como en la mejora de las herramientas de gestión y en la reducción del tiempo medio de resolución, que se ha situado por debajo de los 30 días.

Del total de las quejas y reclamaciones recibidas en 2019, el 68,42% se ha resuelto por el Servicio de Quejas y Reclamaciones a favor del cliente. El coste medio en la gestión de las incidencias ha sido de 94,72€ y los motivos más habituales son por la no cobertura de daños en siniestros, las demoras en la prestación de servicio y por las peticiones de devolución de prima no consumida.

EVOLUCIÓN DE LAS QUEJAS Y RECLAMACIONES

QUEJAS

1.265

1.926 EN 2018
1.672 EN 2017

RECLAMACIONES

6.398

10.021 EN 2018
8.905 EN 2017

68,4%
ESTIMADAS EN
2019 CON UN COSTE
MEDIO ACEPTADAS
DE 94,72€.

DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS 2019

Categoría	%
Servicios y Prestaciones	58,27%
Gestión de Póliza	32,27%
Cotización y Cierre	4,37%
Asistencia en Viaje	2,56%
Servicios adicionales	2,02%
Prestaciones Salud	0,38%
Bienestar	0,08%
Nuevos productos	0,05%



JOSÉ MARÍA MATÉ, DIRECTOR DEL ÁREA TÉCNICA

"El éxito de una oferta comercial se basa en un equilibrio constante entre la competitividad en precio y una adecuada suscripción de los riesgos. Pero este equilibrio desaparece cuando no se logra la satisfacción del cliente, que es quien aporta viabilidad y proyección de crecimiento a un proyecto".