



DIÁLOGO CON CLIENTES, la calidad en el centro

Para Línea Directa, el cliente es el centro de sus decisiones, el por qué y para qué de su actividad. Por ello, trabaja continuamente para mantener su confianza, fomentando la comunicación y el diálogo permanente con los asegurados, con el foco siempre puesto en encontrar oportunidades de mejora.

CALIDAD OBJETIVA

En 2018, Línea Directa ha seguido perfeccionando aquellas iniciativas relacionadas con el ámbito de la calidad objetiva. En este sentido, se ha mantenido un exhaustivo control del abandono de llamadas para que éste no supere en ningún caso el 5%. Adicionalmente, se ha continuado midiendo el servicio prestado por los nuevos proveedores del Grupo, con el objetivo de garantizar que cumplen con los exigentes criterios de excelencia que la compañía requiere.

Respecto a los informes de telefonía, se han mejorado sus funcionalidades, adaptándolas a las necesidades específicas de las áreas y del Negocio; y se les ha incorporado el seguimiento de aspectos relacionados con los hitos de transformación digital de Línea Directa tales como la pregunta abierta, el *chatbot* o la huella vocal, entre otros.

Además, en 2018, se ha realizado una actualización de Captur@, un proyecto destinado a optimizar la calidad de los datos de los clientes. Así, se ha logrado aumentar el número de e-mails, teléfonos y direcciones verificadas, mejorando de esta manera los canales de contacto con la cartera.

CALIDAD PERCIBIDA

En el ámbito de la calidad percibida, se han implementado nuevos desarrollos en el proceso de encuestación, aumentando la capacidad y la eficiencia de los procedimientos, lo que ha permitido triplicar el número de encuestas de satisfacción realizadas a lo largo de 2018. Asimismo, se ha reforzado el análisis de la información proporcionada por los clientes, reportando las incidencias detectadas a las áreas afectadas y estableciendo planes de actuación en base a las sugerencias recibidas.

Además, este ejercicio, se han introducido nuevos sondeos a clientes, como el relativo al proyecto de fidelización "SUMA en Línea". Esto ha supuesto conocer más en detalle la opinión y las necesidades de la cartera adherida para diseñar planes de mejora y ampliar las prestaciones del programa.

En 2018, Línea Directa también ha apostado por la digitalización a la hora de conocer la opinión de los clientes. En este sentido, se han puesto en marcha encuestas digitales sobre aspectos críticos como el proceso de cotización, los servicios de asistencia en carretera o las funcionalidades de la App y área de clientes web, entre otros.

CALIDAD EVOLUTIVA

El Comité de Dirección recibe de forma periódica toda la información relativa a la satisfacción de la cartera, las incidencias o de la evolución telefónica y de los Sistemas de Información de Calidad (SIC), entre otros parámetros. Esto persigue el objetivo de alinear la estrategia de la compañía a la satisfacción del cliente, la prioridad de Línea Directa.

En 2018 se han realizado diversos estudios sobre la gestión de accidentes o los servicios prestados por los proveedores de reparación en los ramos de Motor y Hogar, con el fin de proponer recomendaciones y planes de acción que mejoren el servicio al cliente y las prestaciones en estas líneas de negocio.

Adicionalmente, con motivo de la celebración del Día Mundial de la Calidad, se ha reconocido el alto nivel de desempeño y la excelencia en el trato de un grupo de operadores telefónicos de cada call center de la compañía. Para este premio, se ha tenido en cuenta el resultado obtenido en las encuestas de atención telefónica.

En 2018, Línea Directa ha seguido perfeccionando aquellas iniciativas relacionadas con el ámbito de la calidad objetiva.

UNA QUEJA, UNA OPORTUNIDAD



En 2018, el Grupo Línea Directa registró un total de 11.947 incidencias, de las cuales 10.021 (un 83,88%) fueron reclamaciones y 1.926 (16,12%), quejas. De todas ellas, el 45% fueron resueltas a favor del cliente. En lo que respecta al Índice de Satisfacción Neta del proceso de resolución de quejas, éste fue de 84,56.

Por Áreas, la distribución de las incidencias registradas por Línea Directa en 2018 fue la siguiente:

- **Gestión de Accidentes:** 7.946 (66,51%).
- **Gestión de Póliza:** 2.959 (24,77%).
- **Cotización y Cierre:** 398 (3,33%).
- **Asistencia en Viaje:** 481 (4,03%).
- **Bienestar:** 5 (0,04%).
- **Servicios Adicionales:** 120 (1,00%).
- **Nuevos Productos:** 2 (0,02%).
- **SAC:** 5 (0,04%).
- **Prestaciones Salud:** 31 (0,26%).

La satisfacción de los clientes

SATISFACCIÓN GLOBAL LÍNEA DIRECTA ASEGURADORA		ISN 2018
Motor	Ventas Nacional	81,15
	Retención Coches	74,50
	Retención Motos	76,50
	Servicios y Prestaciones Motor Internacional	83,53
Hogar	Ventas Nacional	81,26
	Hogar Retención	72,29
Servicios y Prestaciones	Hogar	74,97
	Motor	75,48
	CAR	76,14
	Lunas	84,96
LDAsistencia	Español	79,35
	Inglés	91,93
Secretaría General	Multas	77,98
	Asistencia Jurídica	74,25
TOTAL LÍNEA DIRECTA		77,60

ISN: Índice de Satisfacción Neta. Escala de 0 a 100.



Jose María Maté
Director del Área Técnica

“Nuestro éxito se basa fundamentalmente en una oferta de productos que cubran las demandas del cliente y que, a su vez, sean competitivos y rentables. Para ello, la digitalización nos está permitiendo una hiperpersonalización de los servicios que satisfacen mejor las necesidades del asegurado.”

Encuestas de atención telefónica por áreas y procesos

ÁREA	CALL CENTER	PROMEDIO ANUAL
Motor	Ventas Nacional	88,30
	Ventas Emisión	91,65
	Retención particulares	86,95
	Recobro	89,21
	Internacional	86,98
	Empresas	83,56
Hogar	Ventas	90,76
	Clientes	87,41
Servicios y Prestaciones	Servicios y Prestaciones Hogar	81,49
	Servicios y Prestaciones Daño Material	78,46
	• Motor Daño Material	77,24
	• Hogar Daño Material	83,09
	Daño Corporal	71,62
	Prestaciones Materiales	69,34
	• Motor Prestaciones Materiales	69,41
• Hogar Prestaciones Materiales	73,34	
Gobierno Corporativo	Gestión de quejas	84,72
LDAsistencia	Asistencia	88,22
TOTAL LÍNEA DIRECTA		86,26

ISN: Índice de Satisfacción Neto. Escala de 0 a 100

“SUMA EN LÍNEA”, EL PROGRAMA EXCLUSIVO DE FIDELIZACIÓN

En 2018, “SUMA en Línea”, el programa de fidelización gratuito para clientes de Línea Directa, ha continuado consolidándose como una herramienta clave en la relación con la cartera. En este sentido, ha superado los 250.000 asegurados adheridos, lo que supone un incremento del 108% respecto al año anterior.

Además, se han reforzado las sinergias con los partners estratégicos del programa: Cepsa, Midas y Norauto, con el objetivo de ofrecer más ahorros y ventajas a los clientes. Así, destaca la campaña vinculada a Cepsa Hogar para aumentar el descuento directo en la renovación de las pólizas de coche o moto.

Por último, dentro de la estrategia de crecimiento del programa de fidelización, se han mejorado los flujos de comunicación con el cliente a través de una nueva web más funcional, así como del envío de información digital personalizada. Para 2019, se continuará trabajando para incorporar nuevos partners y ventajas para los clientes al programa y se incluirá “SUMA en Línea” en la App de la compañía, entre otras acciones.

