

LÍNEA DIRECTA, una marca emblemática

Para Línea Directa, su marca constituye uno de sus activos más valiosos. Por ello, a lo largo de los años, la compañía ha sabido posicionarse en la mente de los consumidores españoles como la aseguradora de referencia para proteger aspectos tan valiosos de sus vidas como el coche o el hogar.



En lo relativo a imagen y reputación, Línea Directa continúa apostando por una estrategia de Marketing y Comunicación que se sustente en cualidades como la calidad, el precio, la digitalización al servicio del cliente o la Responsabilidad Corporativa, entre otras. Así, se ha consolidado como una de las marcas más emblemáticas y valoradas por los consumidores españoles.

Ese reconocimiento se debe en parte a una estrategia comercial con una fuerte inversión publicitaria, que la sitúa cada año entre las primeras posiciones de los rankings. En este sentido, en 2018, Línea Directa se ha convertido en la aseguradora con mayor notoriedad publicitaria del país, tal y como avala el *tracking* de IOPE, el monitor de notoriedad de TNS.

Un año más, se ha vuelto a contar con el reconocido periodista Matías Prats, como prescriptor de la nueva campaña de televisión, compuesta por siete spots dedicados al seguro de Autos. Bajo el eslogan de “Llegas tarde, Matías”, centra su mensaje en la excelente relación calidad-precio, así como en los nuevos y disruptivos servicios que Línea Directa ofrece tales como el Plan Integral de Movilidad, coches de sustitución Audi A1 Sportback que, en caso de siniestro, pone a disposición de sus clientes de forma gratuita, o el mantenimiento del vehículo a domicilio, entre otros.

Además, Matías Prats ha protagonizado la campaña dedicada al ramo de Hogar que se ha centrado en la importancia de tener asegurado uno de los activos más valiosos de los españoles: la vivienda. Adicionalmente, se ha reforzado la publicidad orientada a los usuarios de motos, recalcando la alta especialización de Línea Directa en este nicho de mercado y el precio altamente competitivo.

LA REPUTACIÓN, UN VALOR CLAVE PARA LÍNEA DIRECTA

En 2018, MERCO Empresas ha vuelto a reconocer a Línea Directa como una de las compañías con mejor reputación de nuestro país. En este sentido, el Grupo ha alcanzado el puesto 43º del ranking, manteniéndose así dentro del top 50. Por sectores, se sitúa la 4º entre las compañías de seguros, lo que la consolida como entidad solvente, responsable y con el foco puesto en la calidad y la excelencia.

Este año, Línea Directa también ha sido incluida en MERCO Talento (47º), gracias a sus políticas en materia de personas y su capacidad para atraer el mejor talento, y en MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo (54º), posicionándose como una de las compañías con mejor estrategia de sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa.

REDES SOCIALES, LA APUESTA POR LA OMNICANALIDAD

Línea Directa apuesta por la omnicanalidad para dar servicio a sus clientes, así como para entablar un diálogo abierto con la sociedad. En este sentido, las Redes Sociales ocupan un lugar destacado en la estrategia de la compañía, con un aumento en su comunidad de 7,5% en 2018, respecto al ejercicio anterior.

El Grupo Línea Directa cuenta ya con más de 405.000 seguidores (incluidas todas las marcas) y, en 2018, ha atendido a través de estos canales casi 7.000 consultas, lo que supone un 40% más que el año pasado. Asimismo, se ha mantenido el índice de respuesta por encima del 90%.

En relación a las Redes Sociales, un hito destacable del año, dentro del marco de transformación digital en el que se encuentra inmersa la compañía, ha sido la implantación de un Chatbot. Esta tecnología, basada en el *Machine Learning*, capaz de atender de forma personalizada las consultas de los usuarios, tiene el objetivo de ofrecer una atención más ágil, eficaz y mejora la experiencia del cliente.

LÍNEA DIRECTA, UNA MARCA CON GRANDES CIFRAS

LIDERAZGO PÚBLICO	2018	2017	2016
Número de noticias generales	3.433	3.411	4.136
Audiencias alcanzadas (millones)	885	713	970
Notas de prensa distribuidas	26	24	27
MERCO Empresas	43	40	50
MERCO Talento	47	41	37
MERCO Responsabilidad y Gobierno Corporativo	54	69	85
Reconocimientos	7	5	8
Seguidores en Redes Sociales	405.430	377.119	353.051



Antonio Valor

Director de Marketing

“Desde el Área de Marketing apostamos por una estrategia comercial ambiciosa que ponga en valor nuestra oferta de productos novedosos y personalizados a unos precios muy competitivos. Gracias a ello, nos hemos posicionado como la aseguradora de referencia entre los consumidores españoles”.