

HACIA UNA NUEVA MOVILIDAD: LAS ÚLTIMAS NECESIDADES Y DEMANDAS EN MOVILIDAD Y AUTOMOCIÓN

Los nuevos modelos de crecimiento, avances tecnológicos y preocupaciones sociales están marcando el futuro de la movilidad.



¿Cómo nos movemos?

La movilidad a nivel nacional sigue condicionada por los medios de transporte tradicionales: coche propio y transporte público. Sin embargo, destacan nuevas tendencias lideradas por las grandes urbes donde el uso del transporte público se incrementa, surgiendo también nuevos modelos de relación con el vehículo propio (vehículo compartido) y con el vehículo de alquiler (alquiler por minutos en coche, moto y patinete) condicionados por las nuevas regulaciones urbanísticas y preocupaciones sociales.

Movilidad

Producto



Asistencia en carretera

Las coberturas más demandadas en relación al vehículo son la reparación "in situ" y el remolque a un taller de nuestra elección, mientras que el alojamiento y vehículo de sustitución son las más valoradas para la asistencia a la persona. La personalización del servicio según necesidades es un aspecto fundamental en ambos casos. Surgen más demandas en torno al siniestro como plataformas de gestión digital, pero la mayor preocupación gira en torno al accidente con servicios como asistencia psicológica o legal.



Experiencia de usuario

Durante su uso, la experiencia más positiva en cuanto a movilidad la generan los vehículos de dos ruedas con y sin motor, quedando el coche en un punto intermedio y el transporte público como el más negativo. Sin embargo, aún tratándose de un incidente con consecuencias similares, nuestra preocupación y necesidad de asistencia es mucho mayor cuando nos ocurre en un vehículo propio que cuando sucede en transporte público, teniendo el componente emocional mucho más peso en el primer caso.



Mantenimiento

El mantenimiento del vehículo propio supone un servicio casi fundamental para la mayoría de propietarios. Aunque un gran número cumplen el mantenimiento recomendado, el usuario demanda mayor proactividad por parte del seguro. Alertas y asesoramiento del mantenimiento así como comparador de precios y talleres son las ventajas más demandadas. Es en el mantenimiento donde los servicios añadidos (ofertas, promociones, etc.) son más valorados y representan una ventaja diferencial para el cliente.



Asistencia sí, pero ¿Para quién?

Continúa la concepción tradicional de la asistencia ligada al vehículo, pero genera cada vez mayor interés la opción de asistencia ligada a la persona o núcleo familiar, independientemente del vehículo e incluso de si esa movilidad es con un medio de transporte o andando. Sin embargo, pese al alto número de incidencias en transporte público, es con el vehículo propio con el que actualmente relacionamos el servicio de asistencia y por tanto la demanda de seguros para vehículos sin el servicio de asistencia es mínima.



Extensión de garantía

La extensión de garantía tiene una menor penetración debido a que es percibido como un servicio "Premium" más prescindible y con un alto precio, muchas veces cubierto con la propia garantía de la marca en el momento de la compra. Igualmente, la personalización según necesidades y elección de la duración suponen unas características diferenciales para la contratación. Destacan además las coberturas específicas como estética interior y elementos electrónicos.

Cifras

Analisis principal & Gráficos

78%

Se mueve como medio de transporte más frecuente en coche propio de gasolina o diésel frente al 57% que lo hace en transporte público.

7/10

Usuarios de transporte público consideran imprescindible o muy importante tener cubierta la asistencia ante una incidencia.

61%

De propietarios de coche o moto le gustaría recibir alertas o avisos sobre el mantenimiento de su vehículo y a un 34% comparativas de precios.

39%

De propietarios de coche o moto contrataría un servicio de extensión de garantía si pudiese elegir su duración sin rangos predefinidos.

CONTENIDOS

01

¿Qué es Insights Lab?

02

Hacia una nueva movilidad.

2.1 *From ownership to usership:* redefiniendo la movilidad.

2.2 La visión del usuario: Asistencia en carretera.

2.3 La visión del usuario: Mantenimiento del vehículo.

2.4 La visión del usuario: Extensión de garantía.

2.5 La visión desde dentro: la voz del B-Partner y nuestra experiencia.

2.6 Lecciones aprendidas: construyendo el *buyer* persona.

03

Takeaways

01.

¿QUÉ ES INSIGHTS LAB?



Comprender y ayudar a las personas, parte de nuestro ADN

Allianz Partners tiene como misión **ayudar a las personas y proporcionarles soluciones** desde hace casi 70 años.

La gran experiencia de la compañía, su constante evolución y crecimiento, siempre a la vanguardia con recursos de última tecnología, no tendrían sentido sin el profundo conocimiento del **eje central** de su negocio, **las personas**.

Por ello, Allianz Partners aboga constantemente por **escuchar la voz de la sociedad**, yendo incluso más allá de sus propios clientes. La clave es conocer, comprender y actuar en consecuencia, siempre con un pensamiento de diseño y de mejora continua, creando soluciones perfectamente ligadas a las necesidades y los deseos de las personas, con un propósito claro: cuidar de ellas, sobre todo cuando más lo necesitan.

Insights Lab

¿Cómo se ha hecho?

Siguiendo los principios del *design thinking*, para una mejor comprensión de las diferentes realidades presentes en la sociedad, Allianz Partners ha trabajado activamente con diferentes stakeholders para la propia definición del estudio.



NUESTRA EXPERIENCIA

Realizando **dinámicas con usuarios y gestores de siniestros** de la compañía, profundizando en su conocimiento directo del cliente y su propia relación con la movilidad.



LA VOZ DEL CLIENTE

A través de una **encuesta a 700 personas** en panel on-line, para conocer y analizar sus necesidades, expectativas, preocupaciones y su relación con el seguro.



LA EXPERIENCIA DEL B-PARTNER

Realizando **dinámicas con expertos**, debatiendo sobre la evolución del sector, los consumidores y su entorno y priorizando necesidades de información al respecto

Leyenda

	Coche gasolina o diésel		Patinete propio
	Coche ECO		Vehículo de alquiler
	Motocicleta o scooter		Vehículo de alquiler por minutos
	Bicicleta propia		Transporte público
	Verbatim "La voz del cliente"		Verbatim "La voz de la industria"

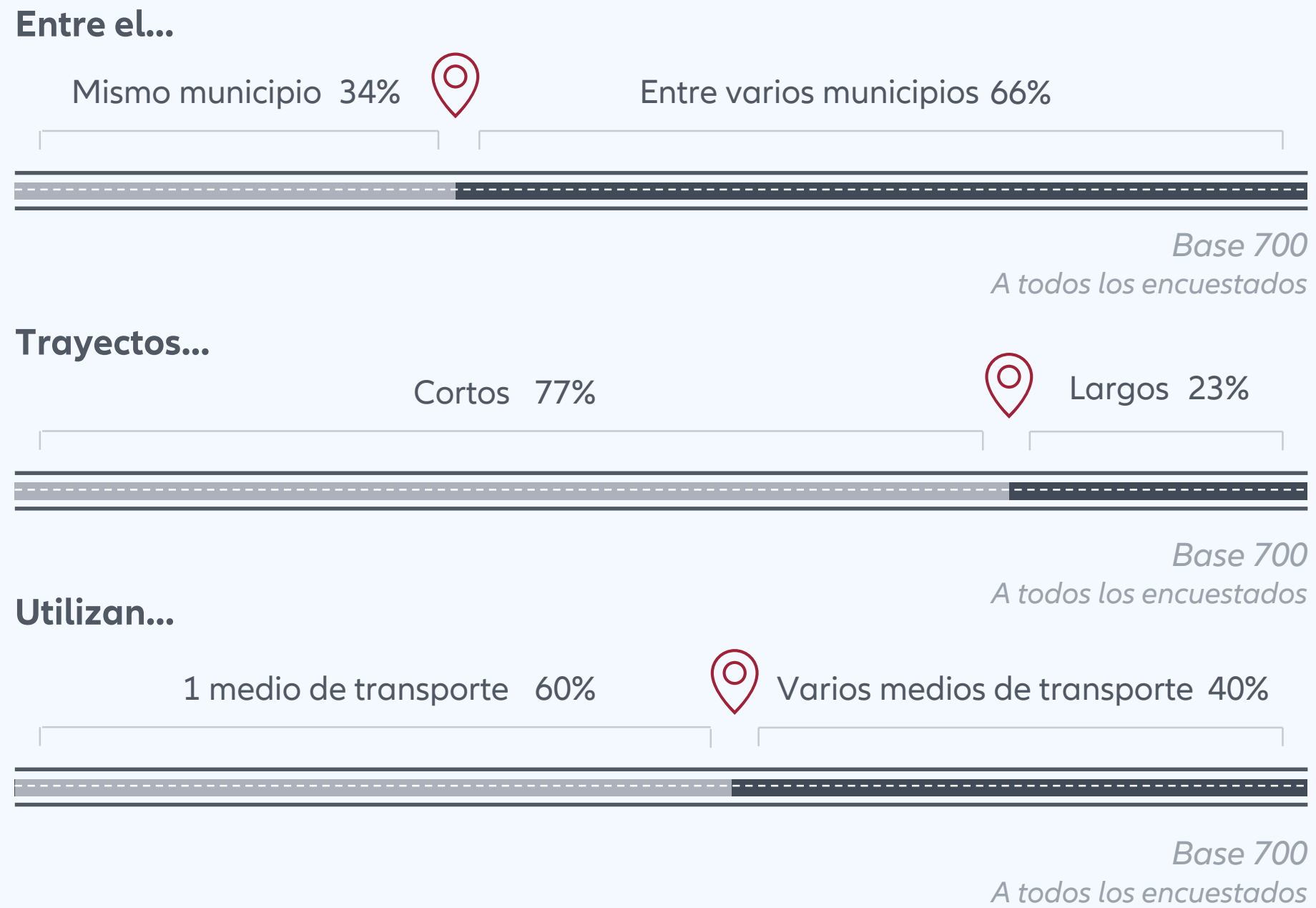
02.

LAS ÚLTIMAS NECESIDADES
Y DEMANDAS EN MOVILIDAD
Y AUTOMOCIÓN

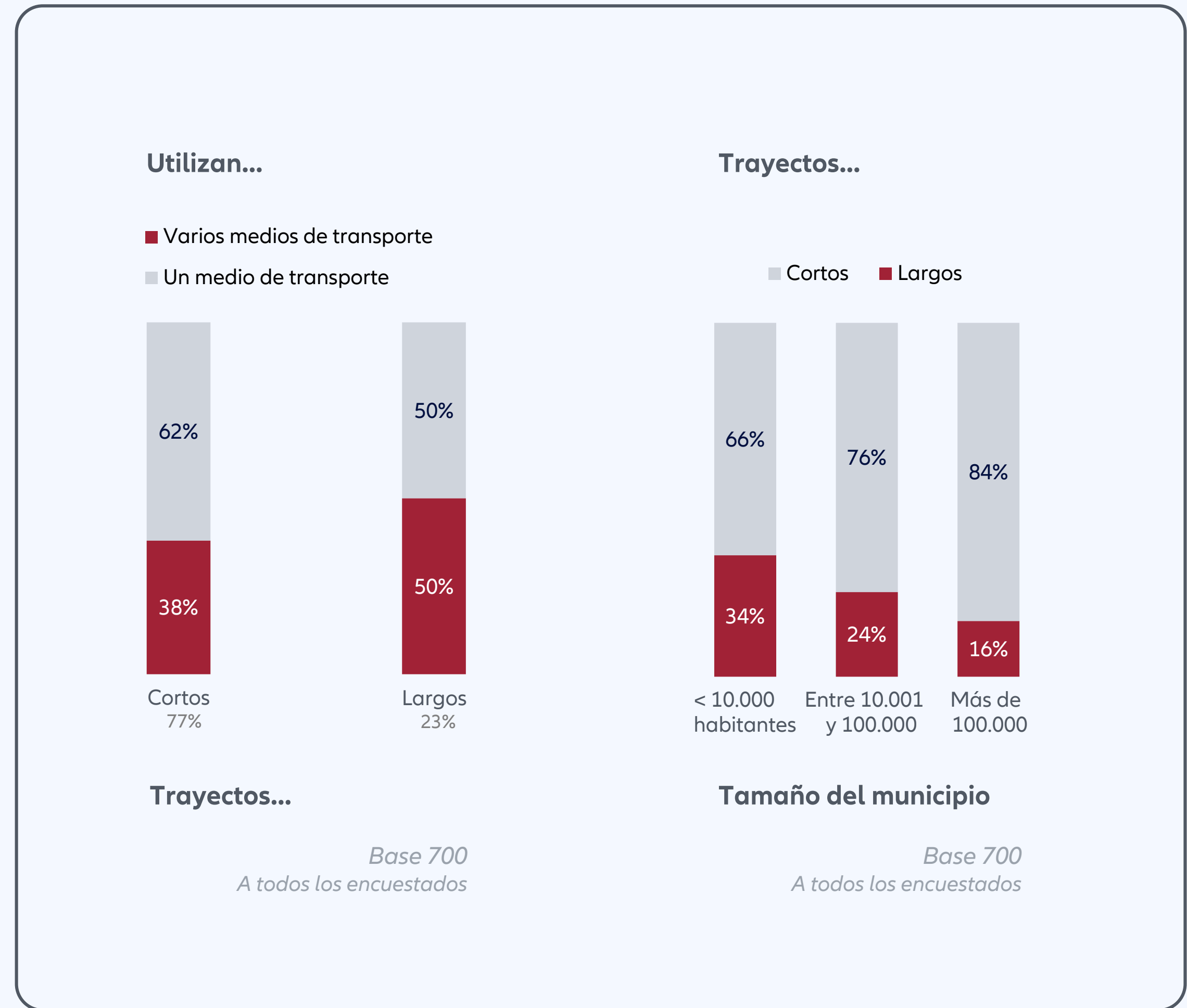
2.1

From ownership to usership: redefiniendo la movilidad.

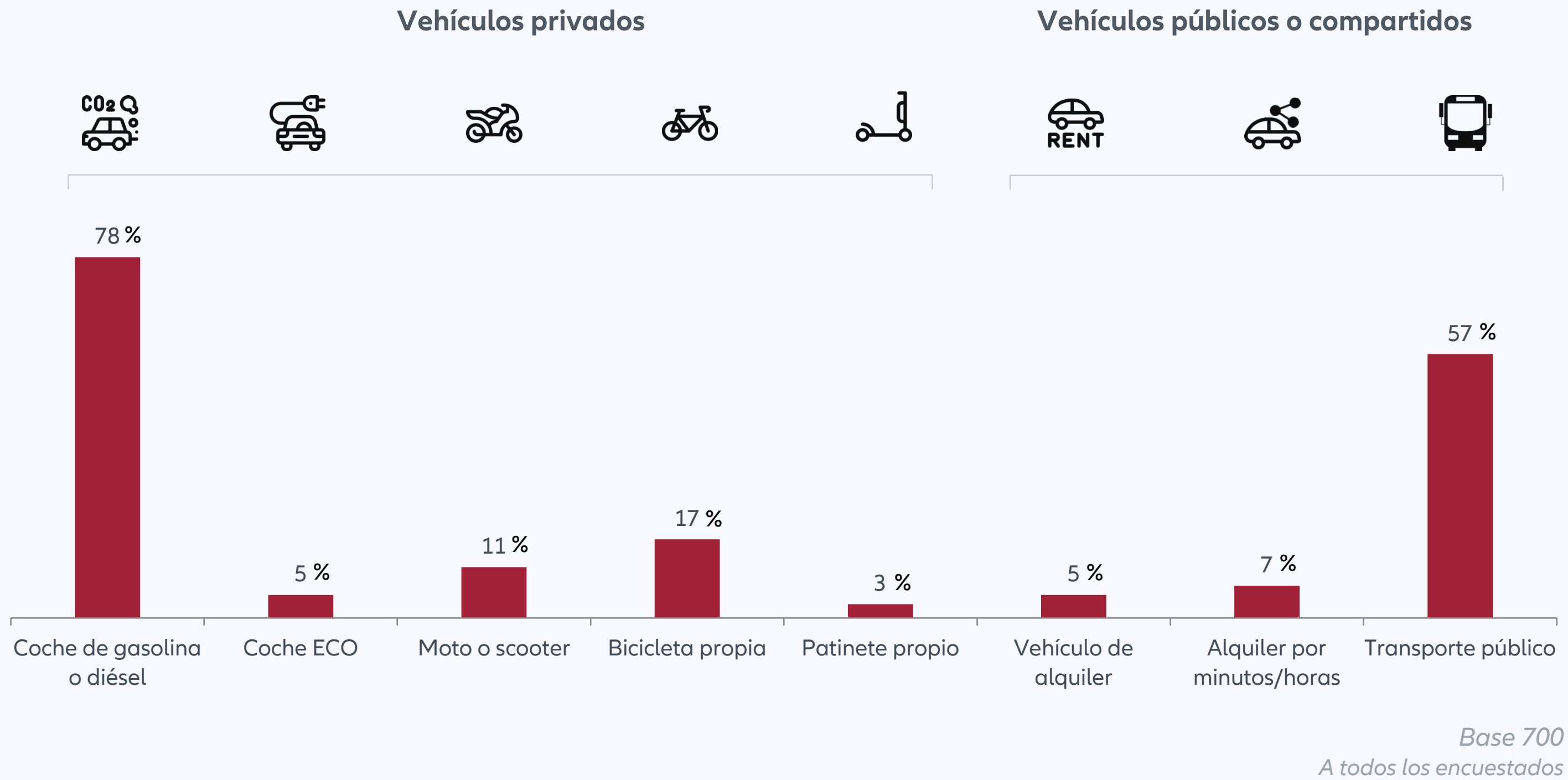
Propietarios y usuarios ¿Cómo se mueven habitualmente?



- La mayoría de los usuarios realizan desplazamientos cortos (<30km), utilizan un único medio de transporte y se mueven entre municipios.
- El uso de más de un transporte viene condicionado por la distancia, pero no porque el viaje sea entre municipios o dentro del mismo.
- Además, cuanto más grande es el municipio observamos una mayor proporción de trayectos cortos.



Propietarios y usuarios ¿Con qué se mueven habitualmente?*



3 de cada 4 encuestados tiene un comportamiento "tradicional" en cuanto a su movilidad (usa vehículos privados de motor y/o transporte público).

*Posible respuesta múltiple

MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS CON MAYOR FRECUENCIA

Coche o moto propia



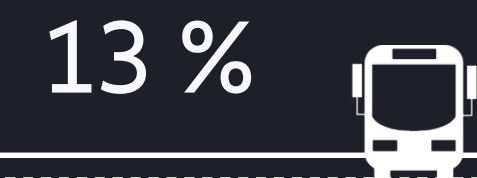
Base 700
A todos los encuestados

Coche o moto propia + Transporte público



Base 700
A todos los encuestados

Transporte público



Base 700
A todos los encuestados

Movilidad y nuevas preocupaciones.



FALLOS ELECTRÓNICOS

La implementación cada vez más acelerada de elementos electrónicos en los vehículos presenta un nuevo panorama en el mantenimiento y reparación. Los nuevos procedimientos y servicios específicos para estos componentes que no pertenecen a la casuística “tradicional” de averías producen incertidumbre y desconfianza a los usuarios.



ECOLOGÍA

El crecimiento del mercado “ECO” es un hecho y el ámbito de la movilidad no está exento de ello. Cada vez hay mayor penetración y los usuarios buscan marcas concienciadas con las que identificarse, modelos de coche que respondan a estas necesidades y formas de movilidad alternativas.



TEMOR A LA MÁQUINA

Los avances tecnológicos en la atención al cliente juegan un papel contradictorio de cara al usuario. La rapidez y eficiencia en el servicio es una exigencia constante, sin embargo, la mayoría de los usuarios prefieren que detrás del teléfono siga habiendo una persona para atenderles, más aún en situaciones delicadas como es un siniestro.



INMEDIATEZ Y TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN

El mundo de los seguros sigue siendo menos accesible de lo que a la industria le gustaría. El lenguaje técnico de las pólizas y la falta de comunicación en la contratación hace que se genere una tendencia de desconfianza hacia la aseguradora que aumenta considerablemente en el caso de la no cobertura frente al siniestro.



TODA LA INFORMACIÓN DESDE UN MISMO LUGAR

Los dispositivos portátiles, son ya una extensión del usuario y una herramienta fundamental en el día a día. Muchos servicios tienen una integración 100% digital con una única plataforma de gestión y esta facilidad se convierte en una necesidad para el usuario en otros servicios más tradicionales como el seguro.



INCIDENTES EN OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE

El paradigma de la movilidad ha evolucionado surgiendo nuevos medios de transporte y nuevas formas de uso. El concepto de propiedad abandona su monopolio en pro del usuario y los posibles riesgos ya no son percibidos en un vehículo en concreto si no durante todo el *journey* del usuario independientemente del medio de transporte.



PERSONALIZACIÓN DEL SERVICIO

Las nuevas movilidades surgen en un entorno cada vez más cambiante, señal de la diversidad de los perfiles de usuarios y por ende sus necesidades. La percepción de los productos de seguros sigue siendo confusa y se demanda un producto 100% personalizado en el que realmente pagues por lo que necesitas.



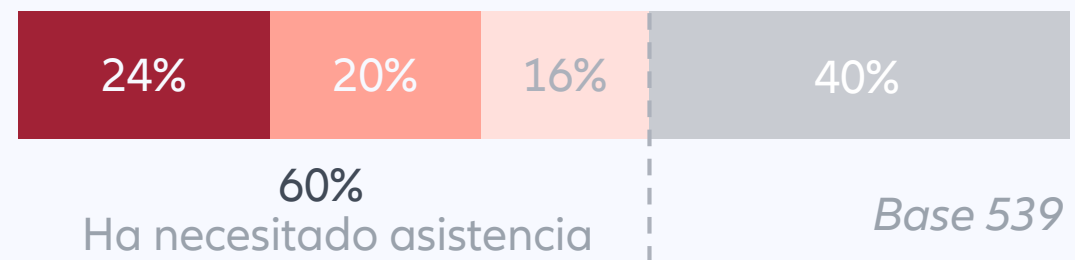
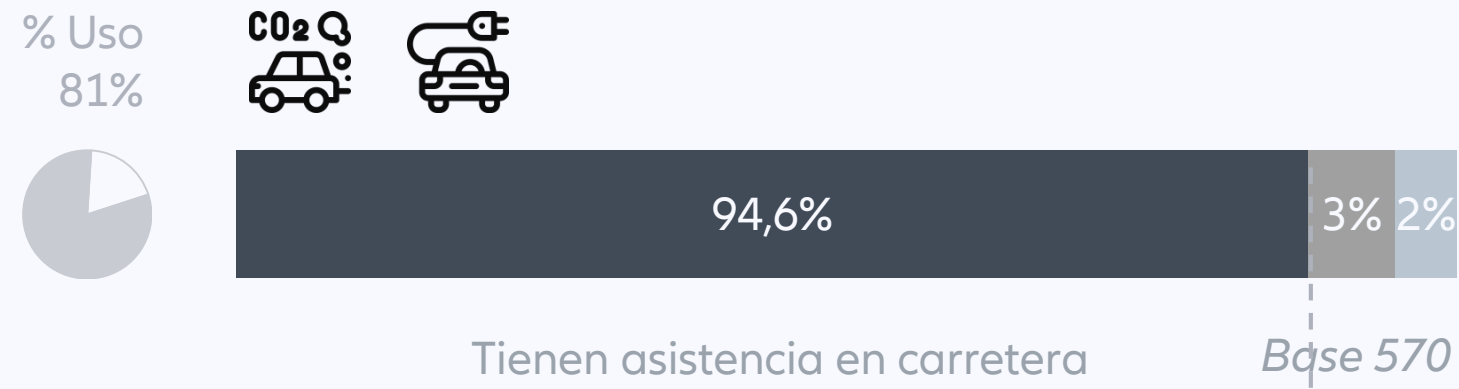
SERVICIOS Y BENEFICIOS EXTRA

Hoy en día son cada vez más amplias las redes que conectan diferentes servicios aunque su negocio como tal no sea el mismo. El cliente demanda cada vez más el ofrecimiento de esos servicios de conexión o ventajas que giran en torno a su movilidad, mas allá del mero producto de asistencia, mantenimiento y garantía.

2.2

La visión del usuario: Asistencia en carretera.

La experiencia con la asistencia. Vehículos privados de motor.



¿A quien recurriste?

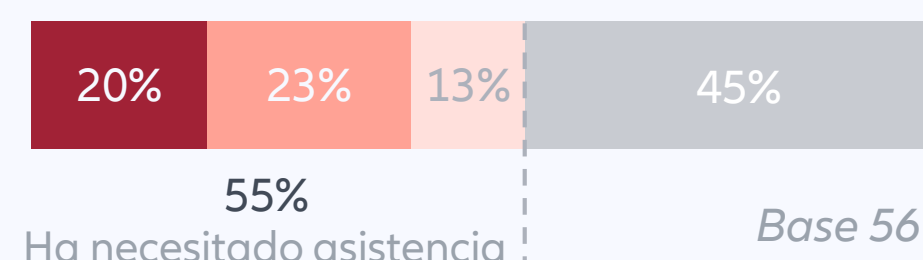
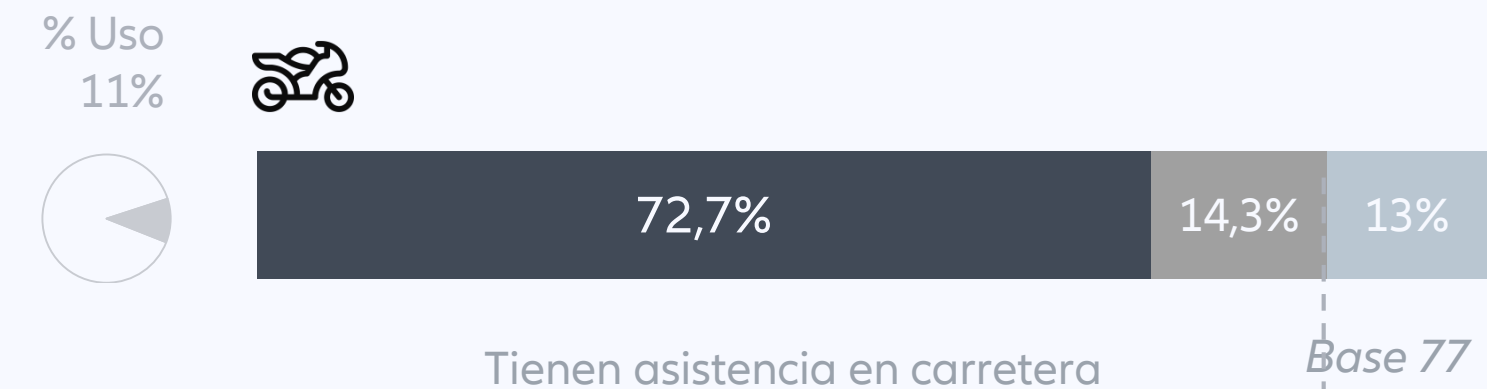


Base 323

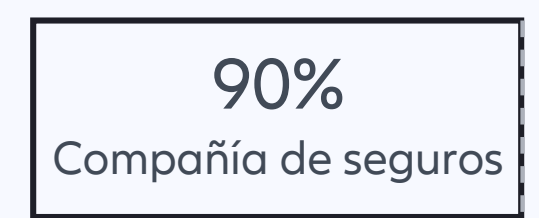
¿Cumplieron tus expectativas?



Base 323



¿A quien recurriste?



Base 31

¿Cumplieron tus expectativas?



Base 31

Más de la mitad de los usuarios de coche o moto han solicitado asistencia en alguna ocasión, prácticamente en todos los casos a la compañía de seguros, y sus expectativas se cumplieron en algo más de la mitad de los casos.

¿Tienes seguro con asistencia?

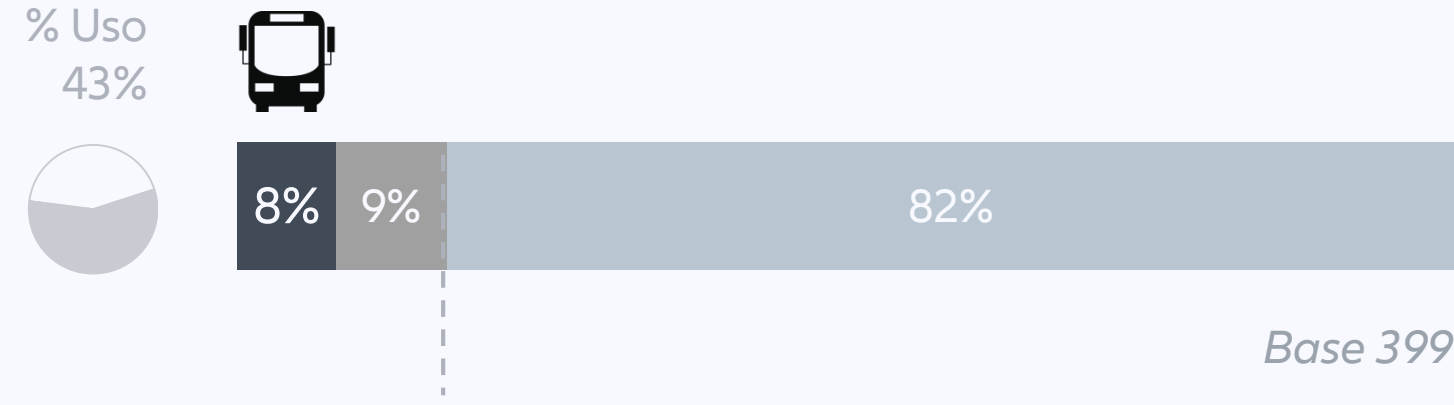
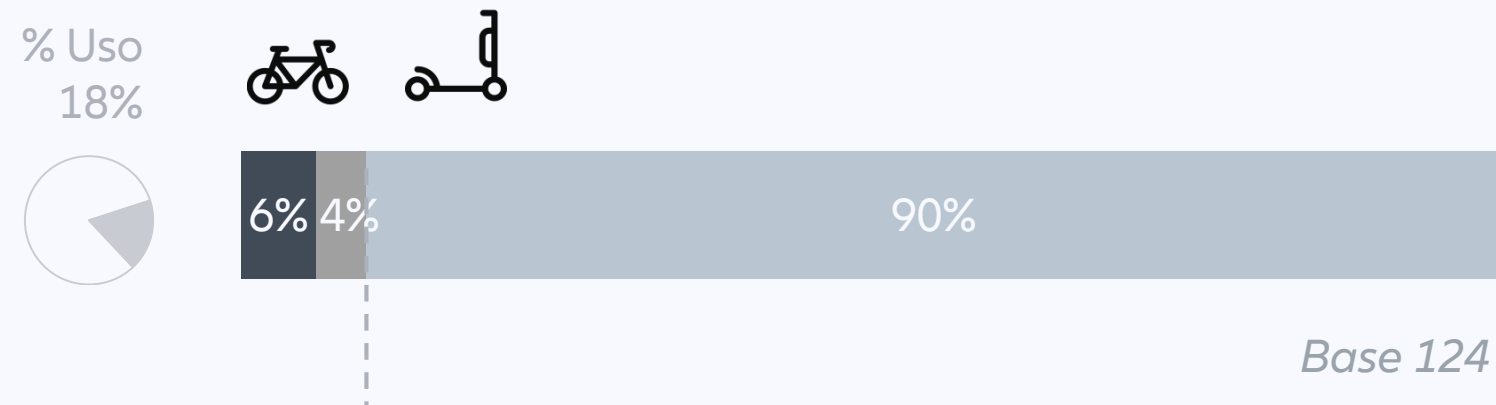
- Sí
- No
- No sabe

He tenido problemas y he necesitado asistencia.

- En el último año
- Hace más de 1 año
- Hace más de 2 años
- No he tenido problemas

La experiencia con la asistencia.

Otros vehículos.



¿Has tenido algún problema o percance?

- Sí, solicité asistencia
- Sí pero no solicité asistencia
- No he tenido problemas

Una de cada 10 personas ha tenido algún percance en un transporte público.



“Para mí es importante una cobertura global para todos los miembros de la familiar incluida la mascota, tanto se circule en vehículo propio o público.”

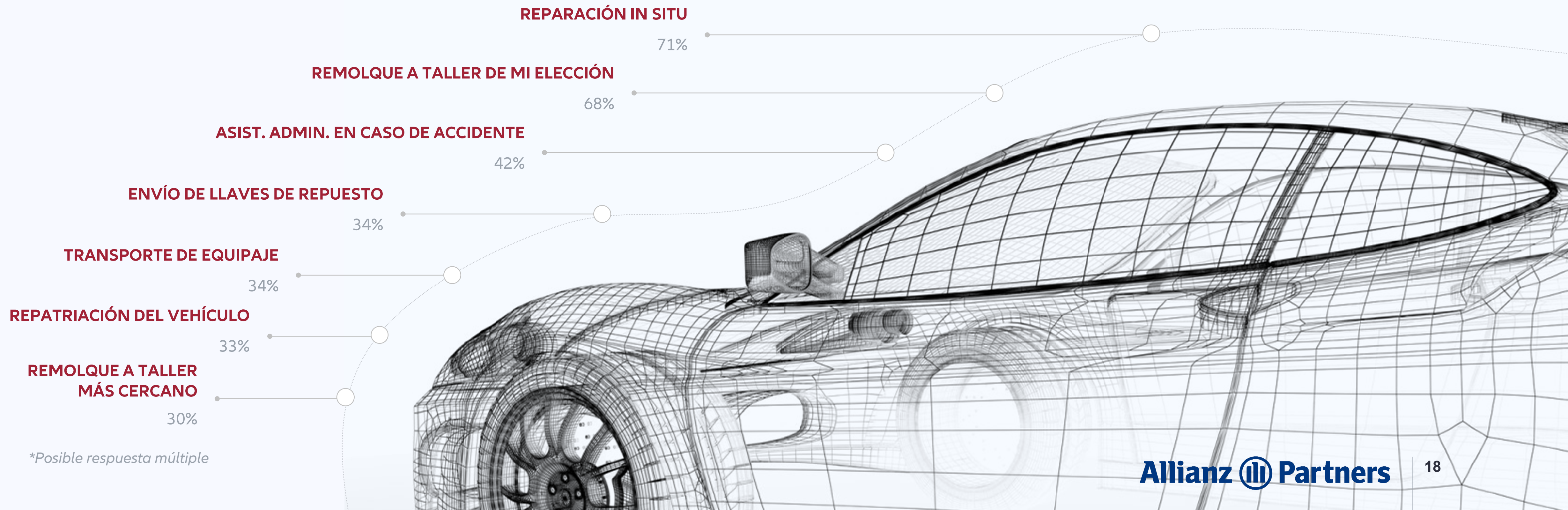
*Posible respuesta múltiple

¿Qué servicios o coberturas son las más valoradas? **Asistencia al vehículo.**

“Valoro que se intente reparar el vehículo in situ y si esto no pudiera ser, un coche de sustitución hasta que el mío este reparado.”

La reparación in situ y el remolque al taller de su elección son los servicios preferidos por los usuarios respecto a asistencia al vehículo.

Base 700
A todos los encuestados



*Posible respuesta múltiple

¿Qué le pedirías a tu seguro?

Nuevas demandas: Asistencia en carretera.

UMBRELLA SERVICE

Asistencia personal

"Quiero tener cobertura desde que sales de casa hasta que llegues. Me refiero a estar cubierto andando y en transporte público."

"Me gustaría que el asegurado sea la persona, no el coche."

MAKE IT EASY

Asistencia legal

"Que ayuden a tramitar los asuntos legales en caso de accidente."

"La gestión del accidente por qué muchas veces no sabes qué hacer, si llamar o no llamar a la policía correspondiente, si firmar no firmar, saber de quién es la culpa y resto de dudas."

ONE TOOL – ALL SOLUTIONS

Digitalización

"Lo que más valoraría es una atención telefónica que incluyera opción de vídeo para mostrar lo que ha pasado y que esta comunicación fuera muy rápida."

"Me gustaría disponer de una app con video llamada de ayuda, consejos, guías, etc.."

ON CLOUD NINE

Climatología

"Si me ocurre algo en días en los que las temperaturas son extremas que ofrezcan alguna alternativa rápida para no estar esperando en esas condiciones."

"No estaría de más que cuando vengan a buscarte te dieran agüita y mas en verano."

BY YOUR SIDE

Asistencia psicológica

"Me gustaría poder mantener la conversación en caso de estar asustado o necesitar compañía."

"Valoraría tener una asistencia psicológica en un accidente."

BE PART OF US

Servicios añadidos

"Bonos interesantes o programas de puntos por uso de transporte público."

"Sugerencias de lugares interesantes a visitar en el camino."

"Traslado de mascotas."

2.3

La visión del usuario: Mantenimiento del vehículo.

¿Cómo se comporta el cliente con el mantenimiento de su vehículo?

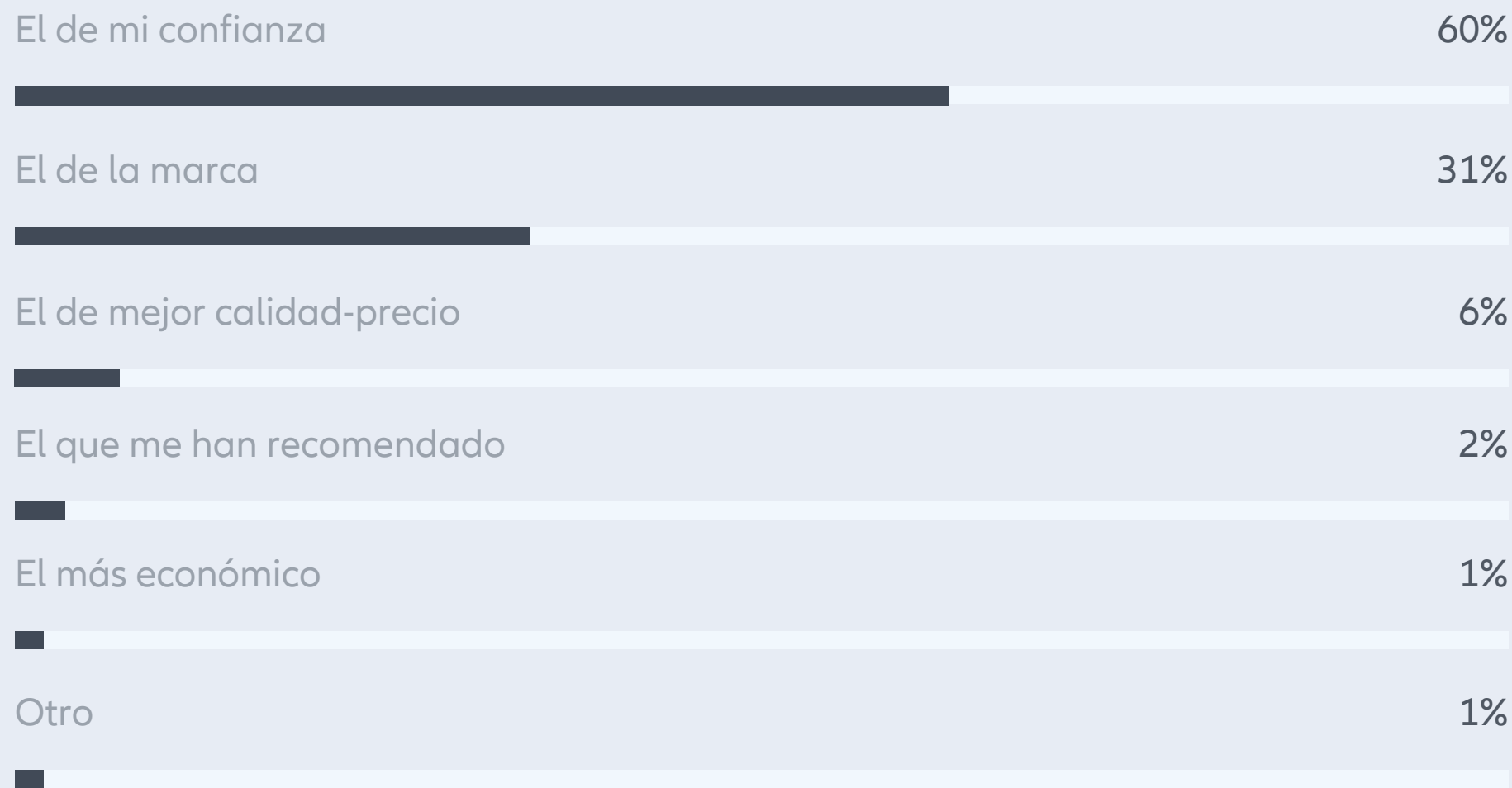
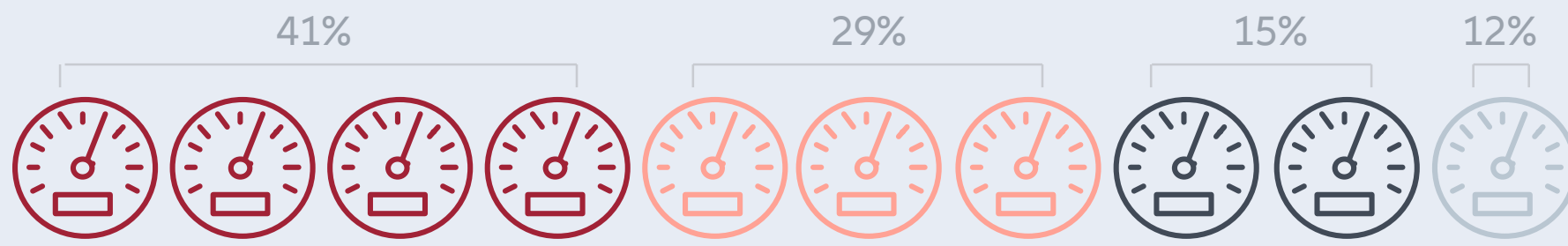
Sobre el mantenimiento de mi vehículo...

Base 587
Usuarios de coche y/o moto privada

¿Qué taller elijo para el mantenimiento?

Base 579
Usuarios que hacen el mantenimiento del vehículo

Usuarios de coche o moto



- Sigo el recomendado "a rajatabla"
- "Estiro" el tiempo recomendado
- De vez en cuando
- Sólo por ITV o avería

“Que el taller sea de confianza es la clave para elegirlo.”

Solo 4 de cada 10 siguen las instrucciones del fabricante para el mantenimiento del vehículo y 3 de cada 10 eligen el taller de la marca para hacerlo.

¿Qué más podemos ofrecer?

Servicios de interés adicionales al servicio de mantenimiento.



Base 587

Despreocuparse de la periodicidad con la que tienen que efectuar un mantenimiento, recibiendo alertas o avisos para acudir, es la prioridad a la hora de contar con servicios adicionales. Las ofertas, comparativas de precios e información de servicios por talleres también cobran importancia como elementos de valor añadido/adicionales.

6 de cada 10 usuarios de coche o moto querrían recibir notificaciones o alertas para saber cuando deben realizar el mantenimiento de su vehículo.

¿Qué le pedirías a tu seguro?

Nuevas demandas: Mantenimiento del vehículo.

HAND IN HAND

Asesoramiento personalizado

"Disponer de un manual con consejos sobre el mantenimiento."

"Me gusta la opción de realizar un servicio a medida dependiendo de tus necesidades y ajustarlo así al precio que más te guste."

"Sería interesante tener un servicio de gestoría si se compra-vende el vehículo de segunda mano."

JUST IN TIME

Servicio concierge

"Necesito que alguien lo haga por mí."

"Me gustaría que se encargase otra persona, yo le doy el dinero y que realice las tareas necesarias."

"Que ofrezcan servicio de recogida y entrega del vehículo en el lugar del trabajo para el mantenimiento durante la jornada laboral."

ONE TOOL – ALL SOLUTIONS

App multicanal

"Una app que me ayude a controlar el estado de mi vehículo."

"Una aplicación que me avise cuando me toca hacer las revisiones."

"Tener un espacio donde ver cuando hay que revisar, cambiar cada pieza, fecha, tener un registro de las reparaciones ya hechas."

CHOOSE AND HIT

Comparador de precios

"Mails con ofertas del mantenimiento que necesita mi vehículo con comparador de precios."

"Que hubiese una plataforma transparente, publicando precios de piezas y reparaciones, para intentar regular de alguna forma los precios del mantenimiento."

"Tener una app como Tripadvisor para poder comparar, ver opiniones y reservar."

CLINKING CLANKING

Ofertas y promociones

"Acumulación de puntos por utilizar un determinado taller que me permita reducir mi gasto."

"Descuentos en la cuota por llevar un correcto mantenimiento."

"Me gustaría que hicieran algún tipo de descuento o algún tipo de cobertura gratuita por llevarlo al taller oficial."

BE PART OF US

Servicios añadidos

"Servicios de limpieza a fondo del interior."

"Cobertura especial niños."

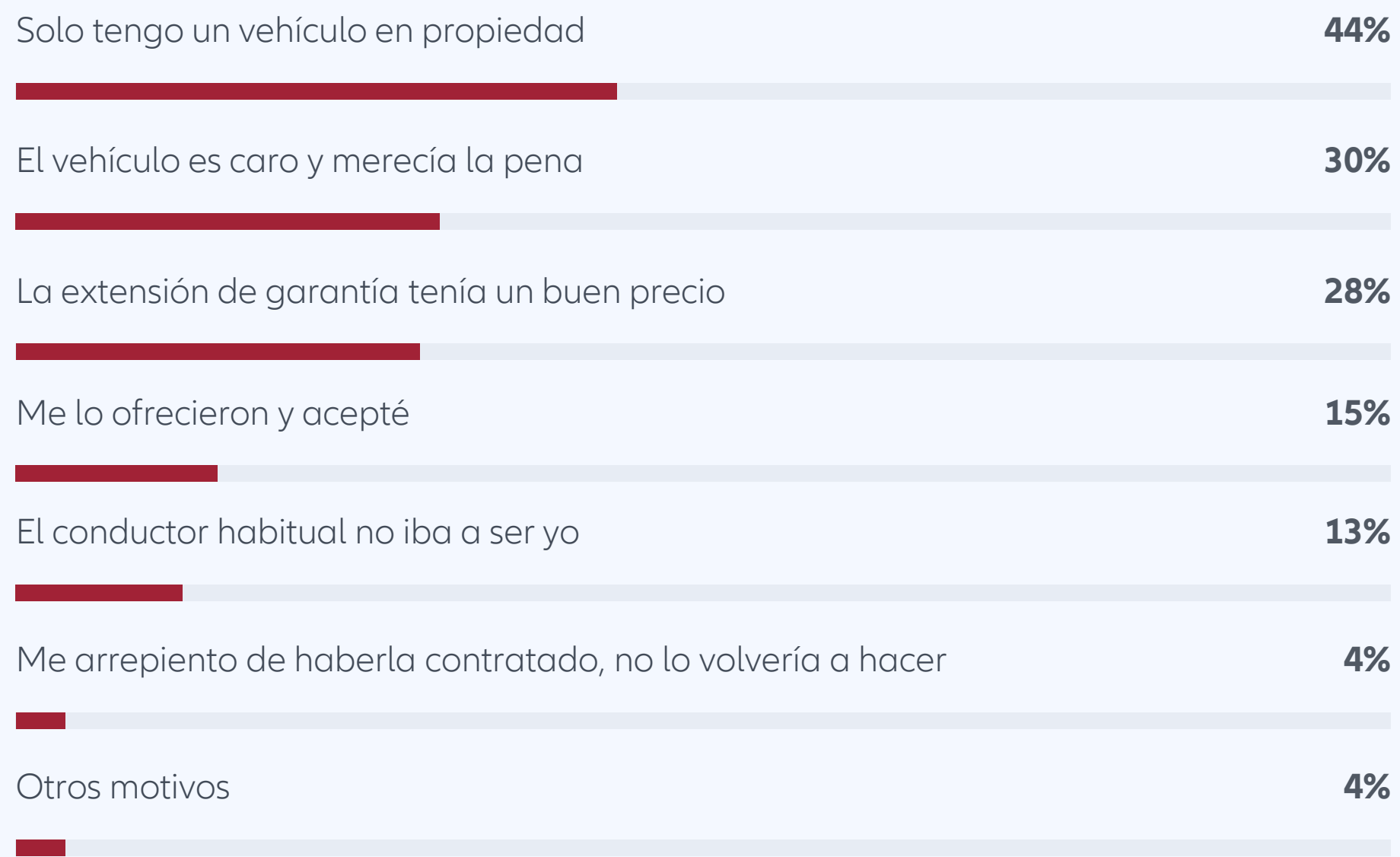
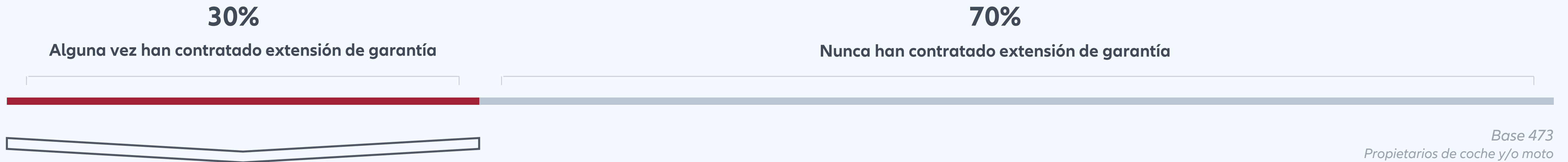
"Vales de compra para ruedas."

"Que pueda financiar arreglos."

2.4

La visión del usuario: Extensión de garantía.

¿Porqué contratan la extensión de garantía?



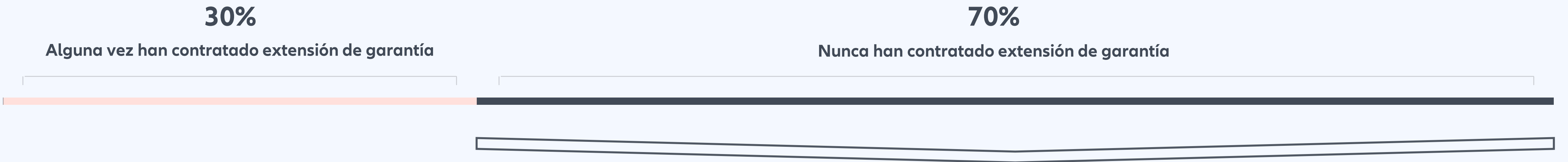
Base 142
Usuarios que han contratado alguna vez extensión de garantía

“Querría estar segura de que la garantía tiene todo incluido y que no me voy a tener que pegar con la casa/fabricante en caso de que ocurra algo.”

Solo 3 de cada 10 encuestados han contratado alguna vez la extensión de garantía.

Los motivos principales por los que los usuarios se decantan por contratar una extensión de la garantía están relacionados con la dependencia al tener un único vehículo o razones referentes al precio: el coche era caro o la extensión de garantía tenía un buen precio.

¿Porqué no contratan la extensión de garantía?



Base 473
Propietarios de coche y/o moto

“He visto algunos compañeros con extensión de garantía y al final siempre aparecía algo que no estaba cubierto.”

El principal freno para no contratar es la percepción de que simplemente supone un gasto añadido.

Aunque el precio de la extensión es la razón principal de su no contratación, también es especialmente relevante la percepción de que la garantía del fabricante es suficiente. En un tercer lugar, se sitúa el simple hecho de que no se ofreció la extensión de garantía.



Base 331
Usuarios que nunca han contratado extensión de garantía

¿Qué le pedirías a tu seguro?

Nuevas demandas: Extensión de garantía.

HAND IN HAND

Asesoramiento personalizado

"Extensión de garantía adaptada al uso del vehículo."

"Que tengan varias coberturas con diferentes precios para elegir."

"Que faciliten elección de talleres concertados y los horarios, encargándose la marca de pasar dichas revisiones."

FOR MUCH LONGER

Ampliación de garantía

"Ampliación en años y coberturas en general."

"Que sea más duradera y no haya que ampliarla, tanto de años como de kilómetros."

"Que pudiera durar toda la vida o aumentar dependiendo de mis actitudes como conductora del coche."

BEAUTY IS INSIDE

Estética interior

"Me gustaría que la garantía cubriera también desgaste de tapicería, limpieza interior y exterior."

"A grandes rasgos estoy muy satisfecha con mi garantía tan solo incluiría lo mencionado respecto al desgaste en los interiores."

"Me encantaría que me entrara daños en tapicería y en el interior."

ON CLOUD NINE

Climatología

"Cobertura por situaciones atmosféricas adversas."

"Que me cubra los desperfectos en caso de lluvias torrenciales o granizo."

STAY CONNECTED

Elementos electrónicos

"Que cubra averías electrónicas, aún cuando el coche tenga varios años."

"Que incluya tanto la parte mecánica como eléctrica del coche, que sean específicos con las coberturas."

"Actualizaciones de motor y funcionamiento tipo tesla."

BE PART OF US

Servicios añadidos

"Garantía de neumáticos."

"Que haya un valor agregado, además de la cobertura contratada."

"Las piezas nuevas empiecen desde 0 el tiempo de cobertura."

2.5

Lecciones aprendidas: Construyendo el *buyer* persona.



Manuel

47 años, Huesca



Vive en Huesca, una población de tamaño medio, y la mayoría de sus trayectos transcurren entre distintos municipios.

Utiliza su viejo coche particular como único medio de transporte para sus desplazamientos.



Perfil muy común. (4/10)

Tradicional

“No sin mi coche.”



El seguro le incluye asistencia en viaje, aspecto que considera imprescindible, pues es bastante probable que en algún momento necesite recibir algún tipo de asistencia. En ese caso contactará con su compañía de seguros, y seguramente verá cumplidas sus expectativas



Sigue el mantenimiento recomendado, y para ello lleva su coche a su taller de confianza.

No quiere complicaciones asociando el mantenimiento a la marca del vehículo o al seguro, y prefiere pagar lo que le corresponda cada vez que lleve su coche al taller, siendo este su única fuente de información fiable en cuanto al estado de su vehículo y no preocupándose por otros servicios extras que se salgan del mantenimiento “tradicional”.



Tiene en cuenta la garantía en el momento de la compra, pero no contrata la extensión porque le parece cara. Además cree que con la garantía que le ofrece el fabricante es suficiente.



Verónica

40 años, Alcobendas



Vive en Alcobendas, un municipio con más de 100.000 habitantes, aunque sin la masificación de las grandes capitales de provincia.

Realiza trayectos cortos entre distintos municipios.

Se mueve tanto en coche como en transporte público.



Perfil común. (3/10)

Mixto

“Combinemos transportes.”



Cree algo más necesaria la asistencia en viaje cuando utiliza su vehículo que el caso del transporte público porque entiende que la probabilidad de tener algún tipo de problema es mayor en sus desplazamientos con el coche.



Le gustaría recibir más información para así seguir cumpliendo con el mantenimiento recomendado por el fabricante, tanto en forma de alertas/recordatorios para realizar alguno de estos servicios, como para disponer de una plataforma donde poder ver los servicios y precios que ofrece cada taller con comentarios y recomendaciones de otros usuarios, y así poder elegir el que más se ajuste a sus intereses.



A la hora de decidirse a contratar una extensión de garantía para su vehículo, le gustaría poder elegir la duración de la misma de manera personalizada.



Sandra

45 años, Barcelona



Vive en una gran urbe como Barcelona, y la mayoría de sus trayectos, de corta distancia, transcurren dentro del propio municipio.



Perfil poco común. (2/10)

No conductora

“¿Coche?, no lo necesito.”



En una ciudad de estas características, donde además de los tradicionales atascos, cada vez son más comunes las restricciones al tráfico por los altos niveles de contaminación, opta por utilizar uno o varios medios de transporte público para desplazarse.



Considera que es importante estar cubierta ante cualquier eventualidad pese a ser consciente de que son pocas las incidencias que tienen lugar. Si tuviera algún percance pediría ayuda a la empresa de transporte que corresponda.



2.6

La visión desde dentro.



La voz del B-Partner

¿Qué necesidades detectan en el usuario multimedio de transporte?



“El cliente nos exige **flexibilidad.** ¿Cuánto nos está costando a los tradicionales convertirnos en flexibles, frente a los que ya nacen flexibles?”

El modelo de movilidad va cambiando adaptándose a las nuevas necesidades de los clientes. Es por ello que en una sociedad más conectada y globalizada que nunca, la movilidad está a la orden del día en todos los ámbitos de nuestra vida: trabajo, ocio, vacaciones, etc.

Debido a la creciente oferta de vehículos de no/propiedad, el cliente tiene una mayor flexibilidad a la hora de elegir el transporte que mejor se adapta a sus necesidades.

Sin embargo, no podemos perder de vista las diferencias entre los hábitos y necesidades de una persona que vive en una gran urbe frente a los de quien vive en pequeñas localidades. Estas últimas, conforman gran parte de la población y conservan la concepción tradicional de movilidad en cuanto al seguro y comparten un imaginario colectivo, aún hoy, en el que la idea del coche es una necesidad básica y la asistencia recibida un barómetro de satisfacción de nuestras marcas.



La voz del B-Partner

¿Cuál es el futuro inmediato de la relación cliente/movilidad/servicios?

La movilidad es un sector en continuo cambio y estamos viviendo un momento de transición entre el modelo tradicional de vehículo/propiedad y las nuevas alternativas de movilidad.

Las empresas del sector cubren las necesidades actuales provenientes de los hábitos más tradicionales y a la vez desarrollan nuevos productos y servicios para dar respuesta a las necesidades futuras.



“El vendedor es clave, pero hace falta saber que hay una aseguradora sólida detrás”



Nuestra experiencia

Los Encargados De Asistencia (EDA) reciben de primera mano las demandas de los clientes y la efectividad real de los servicios, haciendo un ejercicio continuo de escucha activa y detección de necesidades, empatizando con los clientes que en ese momento sufren un siniestro.

Nuestros profesionales son conscientes de la complejidad de la situación para el cliente y de que necesitan una atención personalizada, eficiente y sin esperas. Muchas veces las expectativas que tienen los clientes de las coberturas de su seguro no son reales, bien porque no fueron claros en el momento de la contratación o bien por falta de información sobre la póliza y sus servicios. Por tanto, dar al cliente información clara y accesible es fundamental para la mejora del servicio.

La comunicación durante el proceso es también un elemento clave para la percepción que el cliente va a tener del servicio, por lo que el EDA debe adaptar el lenguaje para hacer comprensibles las partes más técnicas y poder transmitir con claridad todo el procedimiento.

Las expectativas y exigencias del servicio también varían según el momento y lugar del siniestro: en vacaciones, en la ciudad, en carretera, etc., y la agilidad de solución en la asistencia debe adaptarse a esas circunstancias.



“En la percepción del cliente, lo que más pesa es que el siniestro haya acabado bien”



Nuestra experiencia

Principales demandas de los clientes

- Taxi hasta su destino.
- Atención rápida y sin esperas.
- Ser atendido durante todo el proceso por la misma persona.
- Claridad e información en el proceso.
- Dirección de la base de grúa.
- Reembolso inmediato.

Servicios más valorados

- Taxi como servicio imprescindible ante el siniestro.
- Geolocalización de la grúa.
- Sugerencia de taller recomendado.
- Traslado de vehículo a un segundo taller.
- Acompañar al vehículo en la grúa.
- Coche de sustitución.



“El 70% de los clientes preguntan por la persona que les atendió la última vez.”

02.

TAKEAWAYS



● LA MOVILIDAD DE LOS CLIENTES

La mayoría de los usuarios realizan **desplazamientos cortos y generalmente entre distintos municipios**. 3 de cada 4 opta por moverse en vehículos privados con motor y/o transporte público.



● ASISTENCIA EN CARRETERA

Se observa una relación directa entre la necesidad de asistencia y la percepción de su importancia: más de la mitad de los encuestados que se mueven en coche o moto han solicitado asistencia en alguna ocasión y **6 de cada 10 ven imprescindible estar cubierto**. Los usuarios de otros medios, como el transporte público, que cuenta con una tasa de incidencias menor, ven menos crítico el contar con una cobertura en caso de alguna eventualidad.

La reparación in situ, el remolque al taller de su elección (asistencia al vehículo), el alojamiento y el vehículo de sustitución (asistencia a las personas) son los servicios preferidos por los usuarios de vehículos privados. A la mayoría le gustaría configurar un **producto a medida** para la asistencia en carretera, eligiendo servicios y coberturas.



● MANTENIMIENTO DEL VEHÍCULO

Respecto al mantenimiento del vehículo, solo 4 de cada 10 lo cumplen de manera estricta, y eligen para ello su taller de confianza. La mayoría se muestran interesados en recibir **notificaciones** para saber cuándo procede realizarlo.

La opción preferida para realizar el mantenimiento es el **pago por uso**, independiente de la compra del vehículo y de la contratación del seguro.



● EXTENSIÓN DE GARANTÍA

Un 45% de los propietarios de coche o moto destacan la garantía como un aspecto al que prestan atención en la compra del vehículo pero la mayoría no está dispuesto a pagar por contratar una extensión.

Los usuarios demandan en mayor medida la **personalización** del plazo de la extensión.





Allianz  Partners