

Autos: frente a la “guerra de precios”, un “plus” al asegurado

David Mateo-Sagasta del Arco
Gerente de ATP Automotive

Debido a la crisis económica que estamos sufriendo, los seguros del Automóvil están teniendo mucho movimiento de cartera, ya que los clientes buscan pólizas más económicas.

En época de bonanza se vendieron muchos coches nuevos, coches que, en la mayoría de los casos, llevaban aparejada la contratación de una póliza a todo riesgo (con o sin franquicia).

A raíz de esto, se declaró una “guerra de precios” y, aunque bajaran las primas medias año a año, al aumentar el número de clientes (vehículos), la “batalla” era asumible para las compañías.

Actualmente, con la llegada de la crisis, los coches que en su momento fueron nuevos ya no lo son, y los usuarios no los cambian por otros nuevos, sino que aguantan todo lo que pueden con ellos ya que, en muchas ocasiones, no pueden asumir el gasto de su compra y, en otras, las entidades financieras no dan créditos para su adquisición.

Por estas causas, la nueva producción se está resintiendo de manera significativa y las compañías van a tener que hacer frente a la pérdida de ingresos de los clientes que ya están en cartera debido a las renovaciones a la baja, contratando menos coberturas, sin contar con los que cambian de aseguradora en busca de mejores precios.

Los seguros a Todo Riesgo con y sin Franquicia han dejado de ser los más demandados. A día de hoy, “el rey” de las pólizas es el TERCEROS + LUNAS + ROBO + INCENDIO. Incluso la demanda de los seguros más económicos, como puede ser el “Terceros” simple, es igual al Todo Riesgo con Franquicia.

La demanda precio está haciendo que las compañías estén perdiendo primas y cartera, teniendo para ello que competir con el resto, a costa de ofrecer **menos garantías-servicios**.

Para desmarcarse de esta “guerra de precios” **hay que ofrecer un “PLUS” al cliente**, que haga que se decida no solo por el **PRECIO**, sino también por los **SERVICIOS/GARANTÍAS /COBERTURAS**, que se le pueda ofrecer.

El objetivo de nuestra firma es poder **ofrecer más servicios al asegurado**, sin coste añadido, o con un coste muy pequeño, lo que haría a la compañía poder mantener la cartera existente e incrementar la misma con nueva producción.

Ofrecer al asegurado más servicios hace que la póliza deje de ser un bien intangible y pase a ser un bien tangible que el asegurado pueda usar en su beneficio, abaratando el mantenimiento del vehículo, conociendo el estado mecánico del mismo... por medio de un **ASESORAMIENTO TÉCNICO Y PERICIAL**.

La creación de nuevos **SERVICIOS AL ASEGURADO**, generará a la compañía:

- 1.- Mejor imagen de mercado. A mayor calidad de servicio, mejor póliza = **NUEVA CARTERA**
- 2.- Aumento de satisfacción del asegurado = **FIDELIZACIÓN**
- 3.- Creación de sinergias entre proveedores = **REBAJA DE COSTES**
- 4.- Conocimiento del estado de la flota asegurada = **ESTUDIO DE COSTES DE PRIMAS**
- 5.- Disminución de siniestralidad por averías mecánicas = **REBAJA COSTES**
- 6.- Abaratamiento de reparaciones = **REBAJA DE COSTES**

La **FIDELIZACIÓN** del cliente es una de las claves para mantener y crear nueva cartera. No se puede basar la fidelidad del cliente en el precio de la póliza, ya que **“el cliente que viene por precio se irá por precio”**. Para eso es necesario ofrecer algo nuevo y tangible.

Hay que dar una vuelta de 180 grados a las pólizas de Autos, para que pasen de ser obligatorias e intangibles a ser necesarias y tangibles. Para crear esa necesidad al asegurado hay que ofrecerle servicios innovadores. También hay que hacer que la póliza sea de carácter preventivo, y no correctivo como ocurre en la actualidad.