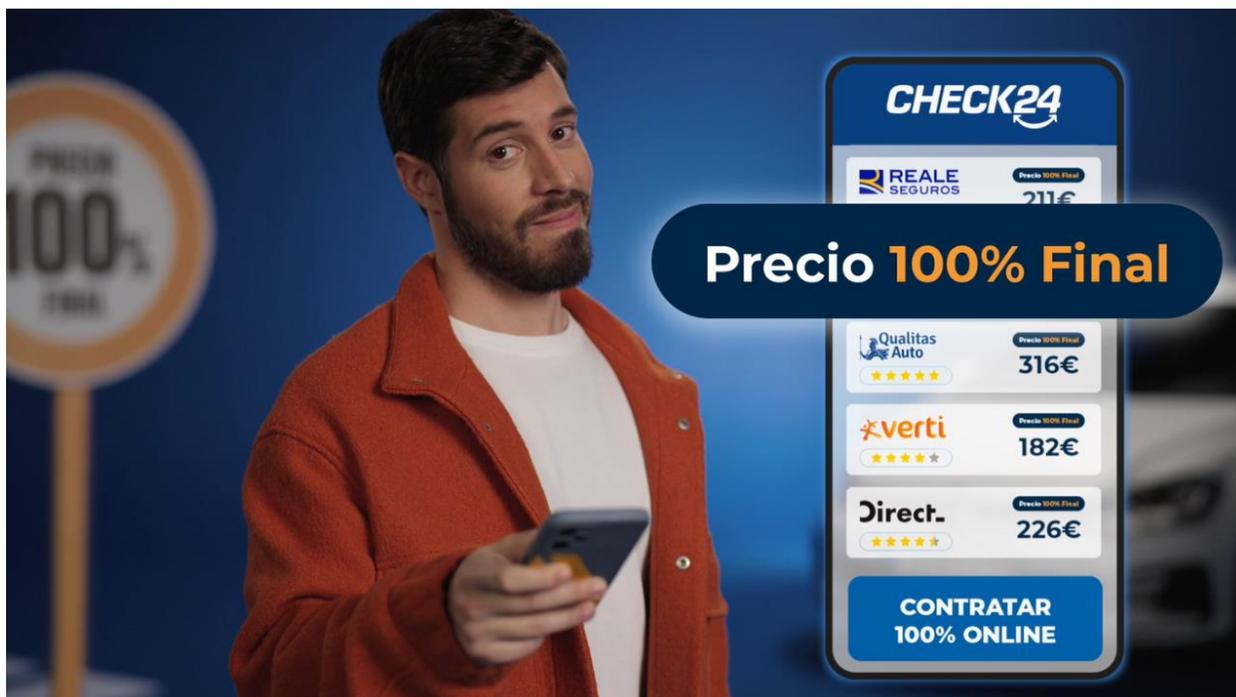


## CHECK24 España lanza su primera campaña de televisión

- Con la ayuda de tres spots, CHECK24 se presenta como “el comparador incomparable” con una propuesta de valor diferencial basada en precios 100% finales y la contratación 100% online
- Estos spots, que giran alrededor del “TE – LO – DI – JE”, muestran con ironía los mayores problemas a la hora de contratar un seguro de coche online y cómo evitarlos
- El 24.04.24 fue el cuarto aniversario de la compañía en España y la fecha elegida por el comparador para presentar su campaña multicanal y un nuevo plan de inversión en el mercado español de 50 millones de euros



**Madrid, 06 de mayo de 2024.** CHECK24, el **gigante alemán de la comparación de precios** y conocido por sus grandes campañas publicitarias en Alemania, lanza sus primeros spots de televisión en España que se podrán ver a partir de hoy.

La compañía, que lleva varios años trabajando para ofrecer el mejor comparador de seguros de coche, **el único del mercado en permitir la contratación 100% online y mostrar precios 100% finales**, se había enfocado hasta el momento en el marketing digital de

respuesta directa. Este 2024 y gracias a su [nuevo plan de inversión en España](#), CHECK24 se lanza a dar a conocer sus productos por primera vez de manera masiva en nuestro país.

## Spots y propuesta de valor

Con la ayuda de **tres spots irónicos, didácticos e ilustrativos**, CHECK24 explica cómo la **propuesta de valor diferencial** de su comparador de seguros de coche – basada en la contratación 100% online, en precios 100% finales y en una absoluta transparencia respecto a la información de cada póliza – ayuda a evitar los tres mayores “dolores de cabeza” que el usuario se ha encontrado hasta ahora en la contratación online de un seguro de coche: **llamadas telefónicas eternas, precios que cambian y la letra pequeña**.

Los tres spots siguen el **mismo esquema**: (1) muestran al protagonista en apuros, (2) aparece el “TE – LO – DI – JE” y (3) presentan la solución que ofrece CHECK24 para que el cliente se evite los “TE – LO – DI – JE”.

El “**TE -LO – DI – JE**”, eje central de la campaña, hace referencia al esfuerzo de CHECK24 por ser lo más transparente posible. Ejemplos de esto son, etiquetar precios como estimados y no como finales si aún no se ha verificado el perfil de siniestralidad del conductor o mostrar las opiniones de otros clientes sobre las pólizas. En [este reciente estudio](#) publicado por CHECK24, se muestra como el cambio de los precios de otros comparadores de seguros de coche es el principal motivo de frustración de los clientes.

Las piezas publicitarias, desarrolladas **en colaboración con la agencia creativa LOVE**, son sólo las primeras de muchas, y forman parte de una **estrategia multimedia** que incluye los mencionados spots de televisión, además de menciones en radio, una fuerte campaña online y diversos formatos de exteriores como vallas publicitarias, grandes pantallas, marquesinas y medios de transporte.

En el siguiente enlace se pueden **ver las diferentes versiones de los spots** y más detalles sobre la campaña: <https://www.check24.es/telodije-spot-tv/>

## Apuesta por el mercado español

La compañía aprovechó el **24.04.24**, cuarto aniversario de su lanzamiento en España, para anunciar que redobla su apuesta por el mercado español con una inversión de 50 millones de euros **y su primera campaña de medios masivos** en nuestro país.

CHECK24, uno de los mayores inversores publicitarios en Alemania desde hace más de una década, muy por delante de otras compañías tecnológicas como Amazon o Zalando, cuenta con estudios de grabación propios y una amplísima experiencia en spots televisivos: desde sus inicios con anuncios protagonizados por el conocido David Hasselhoff, pasando por el formato *sitcom* de “Una familia incomparable” hasta los actuales “late night shows” con importantes figuras invitadas como protagonistas.

## Inversión publicitaria en TV en Alemania en 2022 (en millones de euros)



Fuente: Nielsen.

Después de 4 años con un foco absoluto en desarrollo de producto, **la compañía considera que ha llegado el momento de dar el gran salto a la televisión**: “Llevamos varios años **construyendo un concepto de comparador totalmente nuevo en España**, sobre todo en lo que a seguros de coche se refiere, con precios 100% finales, sin letra pequeña y que permite la contratación 100% online sin molestos procesos de llamadas.

Ahora, con un producto maduro, una gran aceptación por parte de los clientes y la apuesta de la gran mayoría de las aseguradoras por nuestro modelo, por fin ha llegado el momento de darnos a conocer a gran escala. Y esto es solo el principio” confirma **Timm Sprenger, CEO de CHECK24** en nuestro país.

## Información y contacto

CHECK24 ([www.check24.es](http://www.check24.es)) es el mayor comparador de precios de productos y servicios tarifarios de Europa con más de 27 millones de visitas mensuales, 20 millones de clientes y presencia en Alemania, Austria y España. La compañía compara todo tipo de productos y tarifas de servicios. Desde el año 2020, tras más de 20 en el mercado alemán, CHECK24 también ofrece en España su modelo de venta diferencial y único: la contratación 100% online



de seguros. Este modelo acerca la experiencia de contratar un seguro de coche a la de comprar un móvil o reservar unas vacaciones, aproximando el concepto de comparador tradicional a las tendencias más actuales y fusionándolo con el de un Marketplace.

**Contacto de prensa CHECK24:**

María Losada

[maria.losada@check24.es](mailto:maria.losada@check24.es)