

Cinco tendencias del sector asegurador de coches para este 2024

- Destaca la tecnología como habilitadora de procesos de contratación 100% digitales y el desarrollo de funcionalidades que ahorran tiempo a los clientes
- Mostrar precios finales desde la primera cotización y la transparencia en la información, también son claves

Madrid, 14 de marzo de 2024. Con más de 12 mil millones de euros en primas a cierre del año 2023, los seguros de automóvil son el producto más relevante del ramo de seguros no vida¹ y, debido a su obligatoriedad, un producto con el que está familiarizada gran parte de la población española.

A pesar de tratarse de un sector que ha ido evolucionando en el tiempo, adaptándose tanto a cambios regulatorios como a las necesidades del mercado, últimamente los mayores cambios se están viendo en los usos y exigencias de los clientes, sobre todo en lo que respecta al proceso de contratación.

Por este motivo, es clave para las empresas del sector estar al tanto de las tendencias de consumo de dichos usuarios y, en este contexto, desde [CHECK24](#), el mayor comparador de precios de Europa y líder en seguros de coche, han analizado *las cinco tendencias del sector asegurador de coches* de cara a este 2024:

1. La contratación online

Aunque es algo que debería estar ya asentado, aún existen numerosas empresas que no terminan de desarrollar los procesos tecnológicos necesarios para que los consumidores puedan contratar un seguro de automóvil sin la intervención de un agente o la necesidad de una llamada.

Esto provoca que muchos usuarios, acostumbrados a consumir de manera 100% digital, no entiendan la necesidad de pasos adicionales como una llamada, lo que afecta negativamente a su experiencia de compra, así como a la conversión de las empresas aseguradoras.

Según datos ofrecidos por la propia compañía, las aseguradoras con procesos de contratación 100% online venden 4,5 veces más pólizas de seguros de auto que las que requieren una llamada.

2. Precios 100% finales

Ofrecer un precio 100% final es vital para que una marca de seguros o un comparador dé confianza a su cliente potencial. La experiencia del sector, así como diversas encuestas desvelan que los cambios de precio durante el proceso de contratación de un

seguro de coche generan frustración y desconfianza entre los usuarios. Este dato se ve además avalado por un análisis de valoraciones de clientes en plataformas como Google, Trustpilot o eKomi, donde el 70% de los comentarios negativos relacionados con la comparación y contratación de seguros de coche hace referencia a la falta de fiabilidad de los precios².

Por suerte cada vez son menos las aseguradoras que utilizan precios-gancho para atraer a clientes. No obstante, la fiabilidad de precio sigue siendo una de las grandes asignaturas pendientes del sector y en la actualidad, todavía hay un 69% de casos en los que el precio del seguro de coche sufre algún cambio. En concreto un 59% de las veces el cambio es al alza y tan solo en un 10% tiene lugar a la baja, según un estudio de la compañía.

3. La transparencia de la información

Ofrecer a los clientes la información lo más visual, clara y transparente posible es otro de los grandes retos. Si bien es cierto que los seguros son productos complejos, con múltiples cláusulas y particularidades, es vital que las empresas del sector hagan todo lo posible para facilitar la lectura y comprensión de esta información a sus clientes, con términos y condiciones visuales, que dejen muy claras tanto las coberturas como las exclusiones. Todo ello incrementa la confianza de los clientes y agiliza el proceso de contratación, pero también evita quejas y reclamaciones.

4. Funcionalidades que ahorran tiempo

Funcionalidades como la identificación del modelo del vehículo a través de la matrícula, el recuerdo de búsquedas anteriores o la posibilidad de guardar los datos del formulario para retomarlos más adelante, son ejemplos de cómo a través de la tecnología es posible facilitar la vida al usuario y crear una experiencia de éxito, así como mejorar la conversión de las compañías aseguradoras durante el proceso de contratación.

En el caso del comparador, el 48% de los clientes ya utiliza el buscador de matrícula que ahorra hasta 6 pasos en el proceso. Mientras que los clientes recurrentes, que son casi un 10%, pueden llegar a ahorrarse entre 27 y 36 pasos en cada nueva búsqueda, lo que equivale aproximadamente a 3 minutos con respecto a una contratación desde cero.

5. Una asesoría digital personalizada

Proporcionar herramientas de asesoría que ayuden a los clientes a tomar una decisión de compra es otra de las claves de éxito del e-commerce de otros sectores, como productos físicos o viajes, que todavía no está extendida en el sector asegurador.

Buenos ejemplos de estas prácticas para la contratación de seguros son:

- **Valoraciones de clientes reales** acerca de los productos y servicios prestados por los proveedores de las ofertas.
- **Calificaciones objetivas** de las ofertas que tengan en cuenta los elementos más relevantes de las mismas como son el nivel de coberturas tanto básicas como

complementarias, la calidad del servicio del proveedor o el porcentaje de éxito de contratación.

- **Alertas** en caso de exclusiones significativas.

Tener en cuenta todas estas tendencias de cara a mejorar la experiencia de los usuarios y futuros clientes, permitirá ganar confianza en un sector que viene de una tendencia bastante analógica.

"En CHECK24 trabajamos en cada una de estas tendencias de forma diaria para que nuestros clientes estén lo más satisfechos posible. Realizamos un trabajo muy intenso de innovación tecnológica que está en capas no visibles, y que nos permite ofrecer a nuestros usuarios los seguros de coche más adaptados a sus requisitos. Todo ello sin salir de nuestra web y con una muy buena experiencia de usuario.

Además, somos el único comparador de seguros de coche que permite calcular un precio 100% final basado en los datos de siniestralidad de los clientes.", afirma Timm Sprenger, CEO de la compañía en España.

¹Fuente: CHECK24. Estimación interna de primas imputadas basada en el [Informe 2022](#) de la DGSFP, sus informes trimestrales y el dato de evolución para el sector de automóvil delo informe [Evolución del Mercado Asegurador](#) de ICEA.

²Fuente: Análisis de 258 comentarios negativos de usuarios de los principales comparadores de seguros de coche del mercado español - 100 en Google, 120 en eKomi y 38 en Trustpilot.

Información y contacto

CHECK24 (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 años 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