



AXA REFUERZA SU APUESTA POR LA CALIDAD EN SU SEGURO DE AUTO

- **La compañía lanza una campaña estratégica que destaca las ventajas diferenciadoras de su “Todo Riesgo”**
- **AXA ha experimentado un crecimiento en Auto del 4,8%, más de dos puntos por encima del sector, situado en el 2,7%**

Madrid 4 de marzo, 2008- Bajo el lema “Seguros de Auto AXA a Todo Riesgo. Para los que eligen su futuro” AXA ha lanzado una nueva campaña publicitaria con la que la aseguradora quiere reforzar su apuesta por la calidad en Auto, ramo en el que AXA ha crecido dos puntos por encima de la media del mercado en 2007. El objetivo es que los clientes de AXA conozcan de primera mano todos los servicios a su disposición.

“Nuestra guerra particular en Auto está en la calidad del producto y del servicio, en definitiva, en tener los clientes más satisfechos del mercado. En este sentido, nuestros compromisos son la muestra más palpable de esta filosofía de calidad”, afirma Juan Hormaechea, responsable de Auto en AXA España.

La oferta de calidad y diferenciadora de AXA en este ramo se caracteriza por la aplicación de una serie de compromisos bandera que, en caso de incumplimiento, conllevan incluso contraprestaciones económicas. Estos compromisos son:

- Asistencia, que implica, por ejemplo, el pago de 60 euros al asegurado si la grúa tarda más de 60 minutos. Además, se asume el compromiso de crédito de franquicia (con un todo riesgo en el primer siniestro la franquicia la asume AXA).
- Crédito bonus (se mantienen bonificaciones a los clientes de más de 5 años de antigüedad y tope de bonus que tengan un siniestro)
- Congelación de la bonificación (cuando hay un siniestro sin tercero perjudicado mantenemos la bonificación)
- Taller bonus (si el vehículo siniestrado se lleva a un taller AXA Calidad se mantiene el bonus)
- Valor nuevo (en caso de robo, daños o incendio, durante los dos primeros años la indemnización es como si fuera nuevo).
- Vehículo de sustitución en turismos a Todo Riesgo por robo o por reparación en Talleres AXA Calidad tras un accidente.

Precisamente este último punto ha sido el escogido para la nueva campaña de comunicación, que busca reforzar el posicionamiento estratégico de la compañía con el cliente como piedra angular. En los dos primeros meses del año, AXA ha suministrado de 200 vehículos de sustitución a sus clientes, cifras que se esperan superar ampliamente en los próximos meses.



De esta manera, AXA quiere reafirmar sus compromisos ante sus clientes de manera clara y sencilla a través de su nueva campaña publicitaria que se emitirá en radio, prensa, televisión e Internet.

Este posicionamiento de AXA en calidad ha permitido a AXA lograr en 2007 un crecimiento en los seguros de Auto del 4,8%, sensiblemente superior a la media del mercado que se situó en el 2,7%.

Con este refuerzo publicitario, la aseguradora espera aumentar todavía más su crecimiento en el ramo de Auto respecto al mercado.

AXA

AXA es líder en el sector asegurador español. En 2006 el grupo obtuvo un volumen de negocio, incluido aportaciones a planes de pensiones, de más de 3.660 millones de euros. AXA cuenta con la confianza de más de cuatro millones de clientes en España y más de 10.000 puntos de asesoramiento y venta a través de los cuales transmite su visión de la Protección Financiera, que supone acompañar a los clientes a lo largo de las diferentes etapas de la vida, ofreciéndoles las soluciones aseguradoras y financieras que necesiten en cada momento.

Para más información:

Iñaki Lerga
Responsable Comunicación Externa
Tel. 915388225 – 629204691
Mail: ignacio.lerga@axa.es

Evaristo Ramos
Comunicación Externa
Tel. 915388736
Mail: evaristo.ramos@axa.es