Inteligência artificial reforça importância da cultura data driven para melhorar processos e entregar produtos alinhados às necessidades do consumidor

A i4pro, líder no desenvolvimento de soluções tecnológicas para o mercado segurador, fechou parceria com a DXON, empresa especializada no tratamento e análise de dados. A DXON utiliza inteligência artificial (IA) para impulsionar negócios, garantindo aumento de produtividade dos times e qualidade das vendas de seguros.

Com a parceria, a i4pro passa a entregar produtos e serviços mais robustos e totalmente integrados à base de dados dos clientes, garantindo maior conectividade e agilidade na tomada de decisão a partir de estratégias data driven. A DXON tem expertise no setor de seguros, nos ramos de vida, prestamista, garantia, e tem a expectativa de expansão para outras frentes como a de seguro agrícola.

As seguradoras contarão com a aplicação da IA de ponta a ponta do negócio, passando por etapas como a prospecção de clientes, digitalização de processos do backoffice, de subscrição e de sinistralidade, focando principalmente na precificação de produtos.

O uso da inteligência de dados nessas atividades tende a torná-las mais rápidas e garantir maior precisão nos resultados, otimizando custos, tempo das equipes e criando oportunidades para o desenvolvimento de novos negócios.

“A integração dos produtos i4pro com tecnologias de inteligência de dados é essencial em um momento em que o setor de seguros se adequa à digitalização de operações”, ressalta Rodrigo Orlandini, diretor de Produtos da i4pro. “Queremos que essa inteligência seja nativa no desenvolvimento de todos os nossos produtos e contar com um parceiro experiente como a DXON é extremamente importante”, complementa o executivo.

“A parceria com a i4pro é estratégica. Levaremos nossas soluções a grandes seguradoras brasileiras e teremos a oportunidade de ter acesso ao know-how em ramos do seguro em que buscamos fortalecer nossa atuação”, revela José Eduardo Rangel, CEO da DXON.

Cultura data driven nas empresas brasileiras

Um levantamento da Totvs revela que, no Brasil, apenas 5% das empresas acreditam que usam adequadamente a inteligência de dados na tomada de decisão. Ainda de acordo com o estudo, realizado em parceria com a H2R Pesquisas Avançadas, 43% das organizações têm dificuldades para compreender a sua base de dados e não conseguem estabelecer um padrão de consumo nos canais online, tanto de comunicação quanto de vendas.

Esse cenário pode gerar perdas de negócios para as empresas. Fica evidente a necessidade de trazer e amadurecer a cultura data driven para a estratégia organizacional, sobretudo no mercado de seguros, uma vez que o setor passa por uma fase de implantação e adequação a novas tecnologias.

Fonte: Agência Fato Relevante, em 14.12.2022