

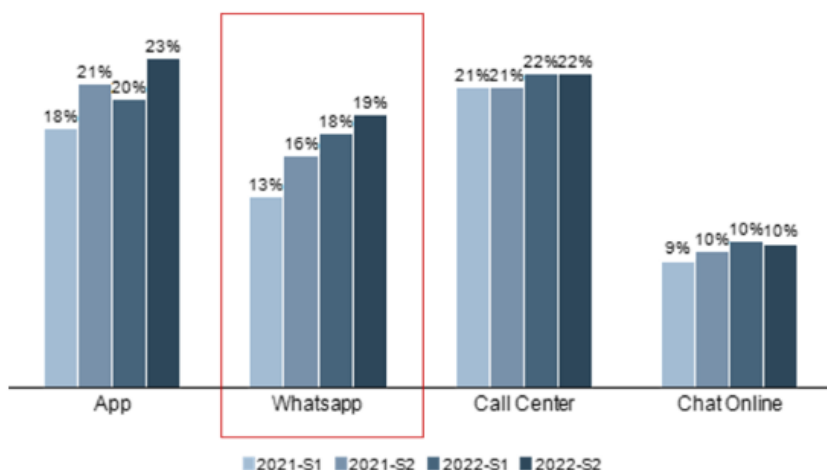
**Em todas faixas etárias e de renda, aplicativo de comunicação já é o segundo meio digital mais utilizado na jornada de serviços assistenciais das companhias**

Nova pesquisa realizada pela Bain & Company a partir de dados do NPS Prism teve como objetivo avaliar a relevância dos canais de comunicação e sua avaliação de acordo com os clientes das seguradoras no Brasil. O levantamento mostra que o WhatsApp obteve o crescimento mais expressivo de todos os meios utilizados, passando de 13% para 19% entre 2021 e 2022.

A ferramenta indica que os consumidores estão ampliando o uso da comunicação digital com as companhias de seguros, seja para realizar gestão de apólice ou comunicar sinistros. Outro fator que reforça essa descoberta é que o uso de aplicativos das seguradoras também cresceu, alcançando 23% dos usuários em 2022 (ante os 18% de 2021). Isso não significa que os demais canais tenham sido abandonados pelos consumidores, mas sinaliza a tendência para uma mudança de comportamento.

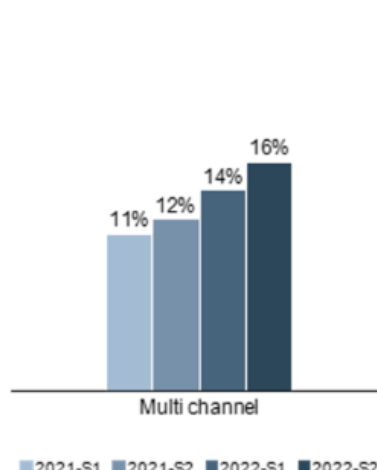
**Use rate – App, Whatsapp and Online chat**

% of clients which used the channel in the last 6 months



**Multi-channel users (%)**

Clients which use more than 1 channel in the last 6 months



Includes results of Auto, Home and Life Insurance – NPS Prism Insurance Brazil

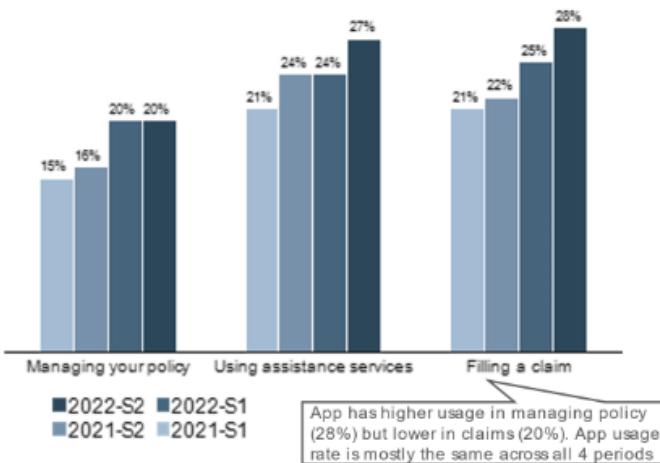
A adoção do WhatsApp pelos usuários ocorre para os mais diferentes usos, e inclui desde interações rotineiras de gestão do seguro até contatos mais sensíveis, como a solicitação de assistência ou pagamentos. Esse contato vem ganhando força nos últimos semestres e, ao comparar seu Net Promoter Score (NPS) com os demais canais, fica evidente que o cliente fica mais satisfeito com as conversas via WhatsApp. O NPS, criado por Frederick F. Reichheld, um dos sócios da Bain, é utilizado em todo o mundo como um dos principais instrumentos para avaliação da satisfação do cliente.

## Legismap Roncarati

Pesquisa da Bain revela que WhatsApp é um dos principais canais de comunicação entre seguradoras e clientes no Brasil

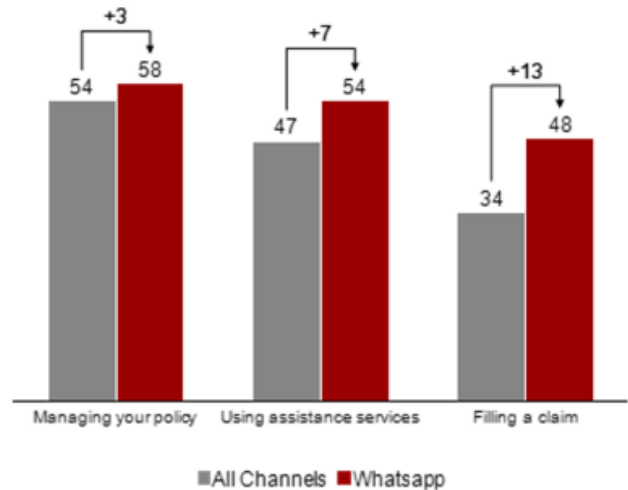
### Whatsapp Use Rate

Top 3 Main Journeys - Trend



### Whatsapp x All Channels NPS

Top 3 Main Journey NPS Comparison - 2022

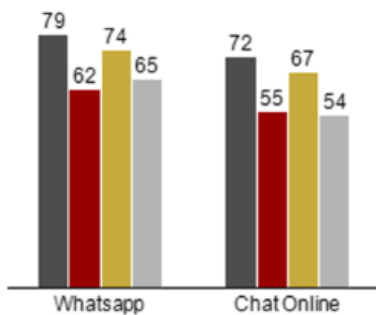


A pesquisa do NPS Prism apurou que o WhatsApp funciona tanto como um ponto de contato primário, no início dos protocolos de atendimento, como um canal suplementar, o qual serve para registrar números de protocolo ou para informar o andamento de solicitações iniciadas por meio de outros canais, por exemplo. No entanto, a experiência do usuário geralmente é mais positiva em interações humanas, quando comparadas com contatos via chatbots ou híbridos - tendência que a pesquisa também identificou no uso do chat online.

### Easiness of use

% of 6-7 scores in a 7 point scale

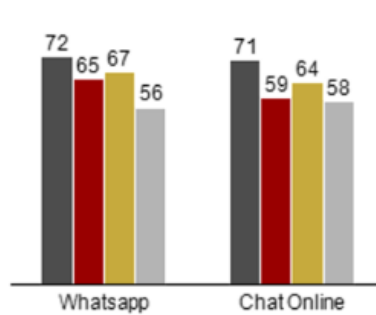
■ Human ■ Digital ■ Both ■ Unsure



### Time spent

% of respondents which spent less than 30 min

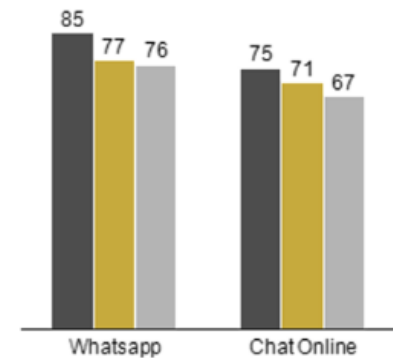
■ Human ■ Digital ■ Both ■ Unsure



### Effectiveness

% of 6-7 score in a 7 point scale

■ Human ■ Both ■ Unsure



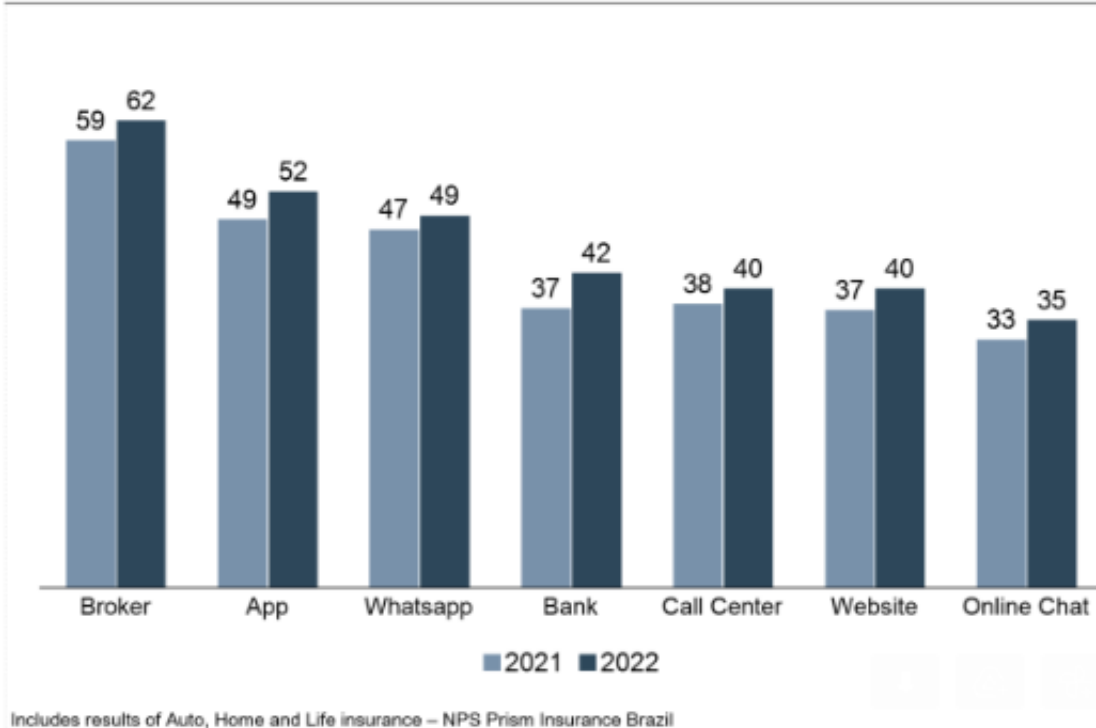
Includes results of Auto, Home and Life insurance - NPS Prism Insurance Brazil.  
Question: With whom did you interact during your last experience with the Whatsapp channel?

Hoje, o WhatsApp ocupa o segundo lugar tanto em utilização quanto em satisfação do usuário, considerando-se os quatro canais digitais pesquisados. Além disso, tem a preferência de clientes mais jovens, pois é usado por 20% das pessoas entre 18 e 39 anos, contra 14% dos usuários com mais de 50 anos.

Uma vez que a pesquisa NPS Prism mostra que os usuários atualmente preferem o atendimento realizado por humanos, a Bain identifica uma grande oportunidade de otimização na comunicação robotizada. Com os recentes desenvolvimentos na tecnologia de inteligência artificial, essa jornada de melhoria nos canais digitais pode ser facilitada com o aumento na personalização e na assertividade das interações com clientes. Dessa forma, o WhatsApp pode se tornar, em um futuro

nada distante, a escolha preferencial dos usuários para suas interações com as companhias de seguro.

### NPS by Channel



### Sobre a Bain & Company

Somos uma consultoria global que auxilia empresas e organizações a promover mudanças que definam o futuro dos negócios. Com 65 escritórios em 40 países, trabalhamos em conjunto com nossos clientes como um único time, com o propósito compartilhado de obter resultados extraordinários, superar a concorrência e redefinir indústrias. A Bain atua há 25 anos na América do Sul, trabalhando fortemente em conjunto com as maiores companhias, líderes de seus segmentos. Complementamos nosso conhecimento especializado integrado e personalizado com um ecossistema de inovação digital, a fim de entregar os melhores resultados, com maior rapidez e durabilidade.

Com o compromisso de investir mais de US\$ 1 bilhão em serviços pro bono em dez anos, usamos nosso talento, conhecimento especializado e percepção em prol de organizações que enfrentam atualmente os desafios urgentes relacionados ao desenvolvimento socioeconômico, meio ambiente, equidade racial e justiça social.

Recebemos a classificação de platinum da EcoVadis, plataforma líder em classificações de desempenho ambiental, social e ético para cadeias de suprimentos globais, o que nos posiciona entre o 1% de todas as melhores empresas. Em 2023, passamos a integrar a lista do LinkedIn Top Companies Brasil, que reúne as 25 melhores empresas para desenvolver carreiras no país.

Desde nossa fundação, em 1973, medimos nosso sucesso pelo êxito de nossos clientes e temos o orgulho de manter o mais alto nível de satisfação em nossa indústria. Saiba mais em nosso [site](#) e em nosso [LinkedIn Bain & Company Brasil](#).

**Fonte:** RPMA, em 27.07.2023