

Insurance Meeting 2014 aponta o interesse das seguradoras pelos meios digitais

Navegar em um oceano azul é inovar e perseguir novas oportunidades. Navegar em oceano vermelho é defender a posição atual. No oceano azul, as empresas criam novos mercados. No vermelho, competem em mercados existentes. Estes são alguns dos pontos levantados pelo especialista em estratégia corporativa, Daniel Domeneghetti, durante o painel “A empresa desbravando um Oceano Azul”, último do primeiro dia do Insurance Meeting 2014.

E se não existe oceano azul sem inovação, não existe inovação sem que o cliente esteja no contexto. Esse cliente que, segundo Daniel - e muitos outros que passaram pelo evento em Angra - é, atualmente, muito mais exigente, seletivo e bem informado, demandando uma nova atitude por parte das empresas.

Nessa nova atitude, as empresas precisam, além de possuir um valor sustentável a longo prazo, utilizar inteligência e tecnologia para conhecer melhor as particularidades de cada cliente, relacionando-se com este como se fosse único para melhor atender às suas demandas.

Outro consenso entre os participantes do Insurance Meeting é que os meios digitais permearão cada vez mais esse relacionamento. Tanto que, de acordo com pesquisa apresentada pelo palestrante, 88% das seguradoras pretendem aumentar os investimentos em soluções digitais. Investimentos que, em 2008 foram de R\$ 350 milhões e, em 2014, devem chegar a R\$ 1,23 bilhão, ainda segundo Daniel.

E esse interesse das seguradoras pelas soluções digitais também pode ser medido pelo número de empresas de tecnologia que participaram do evento como expositoras, apresentando programas e aplicativos para as mais diversas necessidades, de gerenciamento de bancos de dados a interfaces para registro de sinistros.

[Confira os arquivos das apresentações dos palestrantes do Insurance Meeting 2014](#)

**Fonte:** [CNSeg](#), em 17.11.2014.