

Por Jeniffer Elaina (*)



A Inteligência Artificial está chegando em diversas áreas e, por esta razão, não podemos deixar de ver se a tecnologia consegue (ou não) quando o assunto é venda de seguros.

A inteligência artificial pode desempenhar um papel significativo na venda de seguros de várias maneiras.

Segundo informações de uma pesquisa com o nome “The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value” (“O estado da IA no início de 2024: a adoção da geração AI aumenta e começa a gerar valor”, na tradução literal), feita pela McKinsey, chegou à conclusão de que [72% das empresas já utilizam a tecnologia](#) para diferentes objetivos.

Estes números só aumentam porque a IA oferece muitos benefícios, como automação de tarefas repetitivas, melhor tomada de decisão baseada em dados, análise preditiva, personalização de experiências de usuário, dentre outros.

Porém, é essencial fazer algumas análises para não afastar os seus clientes, durante uma venda de seguros, por exemplo. Tem dúvidas se vale a pena o investimento? Falaremos mais sobre o assunto.

Entenda como a IA pode ajudar na venda de seguros

Muitas dúvidas acontecem, principalmente, quando vamos implementar a Inteligência Artificial no dia a dia da nossa corretora de seguros.

A IA tem aplicações em áreas como saúde (diagnósticos médicos), finanças (previsão de mercado), varejo (personalização de recomendações), transporte (carros autônomos), entretenimento (sistemas de recomendação), e muitos outros. Porém, é necessário fazer diversas análises. Fique atento!

1 - Análise de dados e perfil de clientes

Quando implementamos a IA, podemos analisar grandes volumes de dados de clientes para identificar padrões de comportamento e preferências, ajudando seguradoras a segmentar melhor os clientes e personalizar ofertas de quem busca por [cotação seguro online](#), estando sempre alinhado com as necessidades individuais de cada usuário.

2 - Chatbots e assistentes virtuais

Chatbots alimentados por IA podem interagir com clientes em tempo real, respondendo a perguntas comuns sobre políticas, processos de reivindicação e coberturas. Isso proporciona uma boa experiência do cliente, oferecendo respostas rápidas e precisas.

3 - Modelagem de risco

A IA pode ser usada para melhorar a modelagem de risco, ajudando as seguradoras a avaliar com maior precisão o risco associado a cada cliente potencial. Isso pode resultar em preços mais justos e competitivos para os seguros.

4 - Automação de processo

Esta tecnologia pode automatizar tarefas repetitivas e administrativas, como processamento de apólices, verificação de documentos e avaliação de reivindicações, reduzindo não só custos operacionais, mas também acelera o tempo de resposta ao cliente.

A IA pode, por exemplo, automatizar o processo de emissão de apólices de seguro, reduzindo o tempo necessário para avaliar riscos, determinar prêmios e emitir documentos. Isso não só melhora a eficiência operacional, mas também proporciona uma resposta mais rápida aos clientes.

5 - Análise preditiva

Utilizando técnicas de análise preditiva, a IA pode ajudar as seguradoras a prever tendências de mercado, comportamentos de clientes e eventos que possam afetar as reivindicações. Isso permite uma gestão mais proativa dos riscos.

Veja quais os riscos quando implementados a IA na venda de seguros

A Inteligência Artificial ajuda muito as marcas em diferentes pontos. Para quem faz vendas online, investir na [IA para marketing de conteúdo](#) é bastante vantajoso, já que ela facilita para as marcas terem um conteúdo atraente.

Mesmo que as vantagens de implementar a Inteligência Artificial para realizar a venda de seguros já seja o suficiente para você, é importante pensar nos pontos negativos. Afinal, há desafios e considerações éticas a serem levados em conta. São eles:

1 - Privacidade dos dados

A utilização de grandes quantidades de dados pessoais requer conformidade rigorosa com regulamentações de proteção de dados, como o GDPR na Europa ou leis similares em outras regiões.

Tem um ponto importante! As seguradoras devem implementar medidas robustas de segurança cibernética para proteger os dados pessoais contra acessos não autorizados, perda ou alteração. Isso inclui criptografia de dados, controle de acesso e auditorias regulares de segurança.

2 - Interpretação e viés dos dados

A IA é tão boa quanto os dados que recebe. Erros na interpretação ou viés nos dados podem levar a decisões injustas ou incorretas.

3 - Experiência do cliente

Embora a automação possa melhorar a eficiência, alguns clientes podem preferir interações humanas para questões complexas ou emocionais.

Em resumo, a IA pode ser uma ferramenta poderosa para melhorar a eficiência e a precisão na venda de seguros, desde que seja implementada de maneira ética e cuidadosa, mantendo o foco na proteção da privacidade e na melhoria da experiência do cliente.

(*) **Jeniffer Elaina** é especialista em seguros, trabalha com redação, revisão e otimização SEO desde 2012. É formada em Gestão de Seguros, Marketing e tem pós em Administração na FGV, possui curso técnico em Direito do Seguro. Possui mais de 3.000 textos e 5 e-books publicados na

área de seguros.

(02.07.2024)