

Por Jeniffer Elaina (*)



É correto dizer que trabalhos que existiam em décadas passadas e ainda sobrevivem até os dias de hoje são executados de maneira consideravelmente distinta, graças às novas tecnologias e tendências.

A internet mudou completamente a maneira como múltiplos mercados atuam, com parte (ou, em alguns casos, a totalidade) das tarefas sendo migrada para os meios digitais. Isso incluiu os seguros, os quais viram modelos do passado sendo virados de cabeça para baixo com a mudança de paradigma.

Os [negócios virtuais lucrativos](#) se tornaram protagonistas nesse segmento, tanto os de grande porte quanto os menores. Aos corretores de seguros, cabe a tarefa de ficar atento às novidades e não ficar para trás, levando em conta que o mercado segue se modificando e evoluindo com cada tecnologia.

1 - Contato facilitado com clientes em potencial

Nunca foi tão fácil encontrar clientes em potencial no mercado de seguros quanto atualmente. As redes sociais facilitaram o acesso de indivíduos que buscam serviços dessa natureza e aqueles que os oferecem, o que significa que, caso essas duas partes se encontrem, um “match” é o caminho natural.

Apesar dessa facilidade, é importante saber onde o seu público está: uma rede social visitada em sua maioria por adolescentes, por exemplo, não é um bom espaço para divulgar seguros; uma que conta com profissionais adultos, por outro lado, pode ser interessante. Em todo caso, o contato é imediato.

2 - Cotação de seguro online

A [cotação de seguro auto online](#) é uma das práticas mais corriqueiras do mercado, considerando as facilidades que as ferramentas digitais trazem. Isso significa que um corretor que não fornece esse tipo de serviço para clientes em potencial tem chances de ficar defasado e perder parte do seu público.

Os seguros automobilísticos são destaque nessa área, mas eles não são os únicos. Tudo depende do segmento no qual se especializa. Vale a pena observar o comportamento dos concorrentes e buscar o diferencial, entregando o que outros não possuem e conquistando clientes cativos nos espaços online.

3 - Possibilidade de trabalhar em regime home office

A possibilidade de trabalhar em regime home office é uma das vantagens da “era digital” do mercado de seguros, e uma que ajuda a diminuir custos. Se antes era preciso ter um escritório dedicado para atender clientes, hoje em dia reuniões podem ser executadas através de ligações de

vídeo na internet.

Caso prefira um ambiente presencial mais tradicional, há também a modalidade de trabalho híbrido, com certas tarefas executadas em home office e outras realizadas presencialmente. Espaços de coworking são excelentes opções, custando menos do que locais maiores e entregando profissionalismo.

4 - Um mercado mais global e sem barreiras geográficas

No passado, o mercado de seguros era muito mais “segmentado”, com corretores trabalhando exclusivamente em um espaço geográfico, geralmente uma cidade ou, no máximo, um estado. Com o advento da internet, esse tipo de barreira foi completamente eliminado, expandindo as possibilidades.

Na prática, isso significa que qualquer profissional pode atender seus clientes independentemente de onde mora. Naturalmente, é preciso ter conhecimentos específicos sobre certas áreas e como funciona o mercado em espaços distintos de onde vive, mas as oportunidades de crescimento existem.

E essas não são as únicas novidades do mercado de seguros. As redes sociais também são excelentes fontes de [divulgação de material das seguradoras](#) e dos corretores, levando em conta que alcançam um número elevado de pessoas sem que seja necessário investir muito para ficar conhecido na área.

O mais importante é estar sempre antenado para as mudanças no mercado. Embora tenhamos trabalhado a “era digital” como entidade única, a verdade é que pequenas evoluções acontecem todos os dias, levando o mercado de seguros para caminhos inexplorados. Estar bem informado é essencial!

(*) **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.

(15.08.2024)