

O uso de tecnologia permite um melhor entendimento do perfil do segurado e garante uma oferta mais direcionada às suas necessidades

O setor de seguros no Brasil está sendo impulsionado por inovações tecnológicas que oferecem novas possibilidades de personalização e eficiência. A [Minuto Seguros](#), a maior corretora online do país, tem se destacado nesse cenário ao investir em soluções tecnológicas para tornar o seguro automotivo mais personalizado, atendendo melhor às necessidades de cada cliente.

Desde o segundo trimestre de 2024, a Minuto Seguros tem trabalhado para adaptar cada vez mais suas ofertas de seguro automotivo com base nas necessidades de cada cliente. No formulário do site, além das informações tradicionais para a cotação, os clientes podem indicar suas preferências na oferta, como tipo de cobertura desejada, se pretende contratar o produto ou está apenas analisando opções.

“Com essas informações em mão, a ferramenta garante que o cliente tenha acesso a uma oferta mais personalizada e que vai de acordo com as suas necessidades de momento. Além desse primeiro nível de personalização, o cliente pode contar com o apoio de um consultor da nossa equipe de atendimento para entender novas possibilidades dentro do que é desejado”, explica Michel Tanam, Gerente Comercial da Minuto Seguros.

Esse movimento reflete uma tendência crescente de digitalização no mercado de seguros. Um estudo da Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg) realizado entre 2020 e 2022 com 47 empresas do setor revela que 56,5% das seguradoras afirmam que mais de 75% de seus processos já podem ser realizados digitalmente. O impacto da pandemia acelerou essa transformação, dobrando o percentual de empresas que passaram a operar integralmente de forma digital, de 28% no início de 2020 para 56% em 2022.

Seguindo em linha com a digitalização do setor, a Minuto Seguros evoluiu em diversificar seus canais de atendimento, antes apoiada quase que exclusivamente pela telefonia. Hoje, consegue oferecer uma experiência integrada, que permite ao cliente escolher o canal de preferência para realizar o atendimento.

Com essa evolução, a corretora notou uma taxa de conversão comercial 31% maior de clientes que iniciam seus atendimentos via BOTs, em comparação com atendimentos realizados apenas pelo contato telefônico. E as implementações focadas na personalização da oferta contribuíram para que o share de vendas do canal online da empresa triplicasse.

Segundo Michel, esses números evidenciam como a digitalização e a inovação estão diretamente relacionadas à melhoria dos processos comerciais e à qualidade do atendimento: “As tecnologias adotadas não só abrem novos caminhos para otimizar o trabalho, como também garantem que nossa operação e nosso time de consultores tenham o apoio necessário para executar os processos com alta eficiência e precisão”, destaca o gerente.

Tecnologia no apoio aos consultores e ao atendimento humano

A personalização das apólices, viabilizada pela tecnologia, também beneficia o time de atendimento da Minuto Seguros. “É um processo que aumenta a assertividade do consultor, que consegue ter mais informações sobre o perfil de compra do cliente. É uma combinação muito eficiente entre tecnologia e atendimento humano”, acrescenta Tanam.

Dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep) indicam que o número de corretores segue crescendo no Brasil, com um aumento de 2% entre 2022 e 2023. Esse crescimento, constante desde 2006, reforça a importância do corretor no setor, mesmo em um cenário cada vez mais digital.

“Apesar de todo o avanço tecnológico, o corretor continua sendo um pilar essencial no setor de seguros. A tecnologia que implementamos na Minuto Seguros vem para apoiar e fortalecer o trabalho dos corretores e consultores, oferecendo agilidade, mas sempre preservando a boa qualidade do atendimento humanizado,” conclui Michel Tanam.

Fonte: Minuto Seguros/Ideal, em 21.10.2024.