

Seguradora utiliza CX e tecnologia para oferecer operação full service a empresas parceiras e uma jornada de compra simplificada aos clientes finais

No primeiro semestre de 2024, o mercado de seguros no Brasil registrou um crescimento de 15,3%, segundo a Superintendência de Seguros Privados (Susep). Uma das principais tendências que vem impulsionando esse crescimento é o embedded insurance, uma modalidade que permite a contratação de seguros no momento da compra de outro produto, perfeitamente alinhado ao perfil do cliente e integrado a produtos ou serviços de terceiros. A Kovr Seguradora, com quase 50 anos de experiência no setor, adotou essa tendência, resultando em uma venda expressiva de 1 Milhão de apólices por mês.

Para se destacar e crescer nesse cenário competitivo, a Kovr desenvolveu um modelo de negócios que oferece uma operação full service aos seus parceiros. Isso significa que, além de criar e personalizar produtos de seguros, a Kovr gerencia toda a infraestrutura tecnológica, conexão e integração dos serviços, desde a concepção até a execução nos balcões de vendas dos parceiros. Com isso, a jornada de compra do consumidor final é simplificada, com seguros personalizados que proporcionam uma experiência de compra ágil e prática.

“Vemos no embedded insurance uma oportunidade de entregar toda a operação e expertise da Kovr aos nossos parceiros e seus clientes”, afirma Thiago Leão de Moura, CEO da Kovr Seguradora. “Ao integrar o seguro diretamente na jornada de compra, conseguimos reduzir etapas no processo de contratação, elevando a percepção de valor tanto para os balcões de nossos parceiros quanto para seus consumidores. Fazer isso com simplicidade, tecnologia de ponta e de forma personalizada é nosso grande diferencial”, completa.

Para aprimorar ainda mais essa experiência, a Kovr investe constantemente em tecnologia, com soluções que agilizam a implementação e a compra de seguros nos canais dos parceiros. A empresa está focada em autosserviço e na venda de apólices com poucos cliques. “Os processos 100% digitais e de autosserviço garantem uma compra de seguros fácil e segura, em poucos cliques. Isso proporciona maior conveniência para o consumidor final e acelera o processo para nossos parceiros, fortalecendo o vínculo entre as marcas e seus clientes”, finaliza Thiago Leão de Moura.

Fonte: Giusti, em 02.12.2024.