

Por Adilson Ignacio Lavrador (*)



Durante meus mais de trinta anos de carreira, tenho percebido que as seguradoras não passaram incólumes pela revolução tecnológica, que vem mudando as relações entre consumidores e empresas. Vivemos hoje em uma realidade na qual há, cada vez mais, uma procura por novas formas de oferecer produtos e serviços por meio do menor número possível de toques numa tela de celular.

Diante deste cenário, precisamos pensar, diariamente, em como transformar um mercado tradicionalmente burocrático como o segurador em um segmento apto a oferecer soluções que mesclam segurança, agilidade e facilidade, para alcançar e fidelizar cada vez mais nossos clientes. Nesse contexto, a minha experiência me permite apontar 4 caminhos essenciais, que acredito que devem nortear as principais seguradoras do mundo em sua busca por inovação nas próximas décadas:

1. O efeito *Millenium* na modernização das aplicações

Mais do que nunca, é preciso voltar o nosso olhar para essa geração. Nas próximas décadas, serão bem-sucedidas as companhias de seguros que conseguirem conquistar a geração Millenium, que tem como principal característica o interesse de se comunicar e interagir com seus prestadores de serviços via mundo digital. Contradictoriamente, muitos dos sistemas e funcionalidades utilizados por corretores, atualmente, foram feitos para atender os fluxos operacionais de uma seguradora que ainda precisa de muita interação humana, ou seja, não foram pensados em modelos digitais.

Sempre reforço que, em poucos anos, as seguradoras que irão se destacar serão as mais inovadoras. É preciso, urgentemente, renovar a comunicação com os clientes nesse mercado. É imprescindível pensar em novas formas de interação que forneçam respostas imediatas e precisas por meio de Aplicativos Mobile e Internet, deixando um pouco mais o papel de lado. A geração Millenium já tem nos迫使ido positivamente a mudar nossa filosofia na hora de desenhar e desenvolver aplicações - e é chegado o momento de pensarmos em serviços rápidos e que rodem em qualquer lugar.

2. Um novo olhar para as redes sociais

É fato. Não dá mais para fugir dos modelos de Relacionamento com Clientes que acontecem pelas redes sociais, dispositivos móveis e Internet, sempre no modelo de visão 360° e em tempo real. Se o cliente está navegando neste mundo digital, deve conseguir acessar seu seguro, ou sua seguradora, ou seu corretor. Deve ter acesso a todas as suas informações sem entraves ou dificuldades. Precisamos fortalecer DBM, CRM e Customer Services, ao mesmo tempo, sem esquecer que atendimentos telefônicos e pessoais continuarão existindo.

É difícil pensar nisso sem se colocar efetivamente no lugar do cliente digital e do corretor, que sempre buscam pela autonomia. Há, nesse sentido, vários modelos que podem ser disponibilizados e aprimorados para implantar esse novo paradigma. Em termos de corretor e parceiros, precisamos cada vez mais disponibilizar serviços como IoT- Internet das Coisas- (conectividade), serviços na Nuvem, integração de dados (troca de informação rápida e simples), entre outros. Melhorar o relacionamento e pensar nisso de uma forma digital é garantir negócios para o futuro.

3. Internet das Coisas no mercado segurador

O oferecimento de serviços e a avaliação de riscos mediante a coleta de dados de consumidores já são amplamente utilizados por companhias como Netflix e Google. A tendência para as próximas décadas é que esse tipo de tecnologia seja adotado também por empresas ligadas a setores tradicionalmente menos ligados à tecnologia. Uma seguradora norte-americana, por exemplo, recentemente analisou os dados de seus clientes e chegou à conclusão de que os homens casados na faixa dos 30 anos tinham pouquíssimas chances de reincidir no chamado DUI (dirigir sob efeito de álcool), na medida em que esse tipo de infração tende a trazer problemas domésticos. A empresa utilizou a informação para oferecer a renovação de seus seguros de automóvel a preços reduzidos para consumidores com esse perfil. Existem muitas tecnologias para começarmos a pensar e precisamos estudá-las mais profundamente para conseguir explorar todas as possibilidades fornecidas pela Internet das Coisas (IoT).

4. Não vire as costas para as startups

Por último, mas não menos importante, há uma série de eventos voltados para tecnologia em que são apresentadas soluções de startups para todos os segmentos. É importante que o mercado segurador se mantenha avaliando possíveis parcerias que possam agregar valor aos processos, sejam eles tecnológicos ou operacionais, como serviços diferenciados para Corretores e Clientes. Para sobreviver às próximas décadas, é necessário explorar, de alguma forma, toda essa tecnologia inovadora que se apresenta por meio das diversas empresas que estão começando, pois ainda existe muita inteligência não explorada.

Bom, acredito que chega a ser redundante dizer que, sem monitoramento efetivo, disponibilidade, capacidade e agilidade em fornecer informações em tempo real, nada do que foi dito acima tem muito sentido. Para se adaptarem às necessidades dos consumidores nas próximas décadas, as seguradoras têm que ter ambientes computacionais que garantam isso e capacidade de processar informações de forma assertiva e qualitativa. Difícil, mas é um desafio que pode ser vencido.

(*) **Adilson Ignacio Lavrador** é Diretor de Operações e Tecnologia da Tokio Marine Seguradora.

Fonte: PLANIN, em 27.10.2016.