

Por Paulo Ribas (\*)

A revolução tecnológica pela qual o mundo vem passando nos últimos anos está transformando a relação comercial entre uma pessoa que quer adquirir um produto e uma loja que possui este produto para vender. E as tendências digitais começam a chegar também às corretoras e seguradoras.

Com tantas opções, os clientes vêm mudando a sua forma de se relacionar com as empresas e as corretoras não podem ficar de fora do mercado de inovações.

Conheça cinco tendências digitais que estão revolucionando o trabalho das corretoras de seguro e das seguradoras:

### **1. Telemetria**

Bem difundida na Europa, a telemetria deve chegar em breve ao Brasil, principalmente no segmento de seguros automotivos. Afinal, como saber qual é a forma como seu cliente dirige, em que lugares ele costuma ir com mais frequência e que infrações de trânsito ele comete?

A telemetria permite que a corretora de seguros faça o monitoramento total de todos os movimentos que o cliente faz, quando está com seu veículo. Assim, é possível saber se o carro fica muito tempo parado na rua, se está sendo usado para transporte de passageiros ou se é conduzido por alguém que não está incluído na apólice. Com isso, a corretora tem a possibilidade de buscar um seguro cada vez mais aderente ao perfil do seu cliente, melhorando a relação a cada renovação.

Além disso, a tecnologia permite agir preventivamente junto a clientes que se envolvem em acidentes constantemente, produzindo cursos e palestras educativas, por exemplo.

Embora seja mais utilizada em produtos automotivos, a telemetria também pode ser atrelada a seguros como os de saúde ou residência.

### **2. Plataformas digitais para vendas**

Atualmente, podemos fazer qualquer coisa utilizando a tecnologia presente nos smartphones. Desde a utilização de um equipamento de GPS, até pedir comida na hora do almoço. Ora, por que não contratar um seguro por meio do celular?

As corretoras de seguro que quiserem se destacar no mercado podem começar a desenvolver aplicativos próprios, voltados para venda de seguros, com serviços de corretagem online. A contratação será mais rápida e satisfatória para o cliente — e os resultados aparecerão rapidamente.

### **3. Big data**

Você conhece todos os clientes da carteira da sua corretora de seguros? Sabe quais são as preferências e hábitos de cada um deles? Não fique preocupado se você não tem todas essas informações na cabeça. Nosso cérebro é muito potente, mas não é capaz de guardar tantos dados quanto gostaríamos.

Por isso, é importante investir em uma ferramenta de Big Data. Ela armazena informações completas de cada cliente, para que você saiba como direcionar o seu atendimento para suprir as necessidades deles.

### **4. Conexão virtual com o corretor**

Nada mais antiquado do que ter que pegar o telefone cada vez que você precisa conversar com o seu corretor de seguros. Hoje em dia, ninguém mais precisa ficar ligando quando precisa de ajuda.

As corretoras de seguros vêm identificando a necessidade de desenvolver canais diretos de comunicação com os segurados, proporcionando rapidez nas consultas e agilidade nas respostas.

#### **5. Omnichannel**

Essa é uma tendência recente entre as empresas e que começa a se popularizar também entre as corretoras de seguros. O conceito é simples: os clientes querem plataformas integradas. Se a pessoa pesquisa um produto na loja virtual e se interessa por mais informações pessoalmente, ela deve ser atendida por alguém que saiba do seu histórico.

Omnichannel é uma integração de todos os canais de venda disponíveis, acabando com a lacuna existente entre a loja física e a virtual. Com isso ganha-se em agilidade e atendimento, gerando mais negócios para a corretora de seguros e um relacionamento de qualidade com o cliente.

(\*) **Paulo Ribas** é Head para soluções de mobilidade, seguros e previdência na Cedro Technologies. Possui larga experiência nestas áreas, em relação à tecnologia e às instituições financeiras.

**Fonte:** [Cedro Technologies](#), em 08.11.2016.