

Confira o texto publicado originalmente no site Customer Think

Hoje, quase todas as indústrias estão preparadas para disrupção, e a indústria de seguros não é exceção. Em muitos aspectos é um negócio “comoditizado”, as companhias que vencem – como a famosa USAA centrada no consumidor – são as que criam diferenciação através das experiências que entregam, e a forma como seus consumidores consequentemente se sentem.

Ainda assim, a USAA e outras são a exceção. Como as empresas mais estabelecidas tendem a se mover lentamente para usar as vantagens do seu tamanho, informação e recursos para servir melhor seus clientes, empreendedores e suas start-ups seguem atacando a indústria de seguros com iniciativas inovadoras de experiência do cliente que geram valor e solucionam problemas. O fato é que a indústria não desenvolveu muito o conceito desde sua concepção em 1700. Aqui estão cinco exemplos em que a inovação em experiência do cliente estão mudando o negócio e o status quo para as seguradoras e seus consumidores:

1. “Pague como você dirige”, apólices de seguro baseadas na forma de utilização do automóvel reduzem o custo para o consumidor e o risco para a seguradora

A maioria das apólices de seguros te cobram baseado na sua idade e histórico. Agora, a distância que você dirige, e a forma que conduz o veículo, podem resultar em prêmios menores. Zubie está trabalhando com a Progressive Insurance para instalar dispositivos de gravação nos carros, enquanto a Censio utiliza um app para coletar mais ou menos os mesmos dados. Um bônus? Alguns desses também podem te avisar quando o carro precisa de atenção.

2. Um Gerenciador de Seguros online te ajuda a administrar todas as suas apólices (e venderá o seu seguro também, se você desejar...)

Quantas apólices de seguro você possui? Embora não possa responder exatamente, eu diria pelo menos 10. Entre seguros de vida, automóvel, saúde, de bens e outros... são muitos. Algumas start-ups como a Knip e a FunctionFox tornam simples a tarefa de gerenciar suas apólices, do seu smartphone. E quer mais? Eles também são corretores...

3. Campanhas com ativação de vídeos desencorajam ladrões e diminuem o prêmio do seguro residencial

Um detector de movimentos grava quem chega até a sua porta e salva automaticamente na nuvem. Consumidores americanos que utilizam o sistema “Ring” economizam 5% em prêmios e um reembolso dedutível caso ocorra um roubo. O Vivent avisa os consumidores caso uma janela quebre, por exemplo, e confere descontos nas apólices de algumas seguradoras parceiras.

4. Seguro “sob demanda” provê cobertura de “microseguros” ativada pelo celular apenas quando o consumidor necessita

Você precisa que suas apólices estejam ativas todo o tempo? Claro que não. Há anos nós podemos comprar o seguro viagem quando precisamos, cobrindo tarifas aéreas ou taxas de hotel caso algo dê errado. Agora, companhias como a Metromille oferecem “seguros revolucionários pague-por-quilometragem para o motorista moderno”. Em outras palavras, consumidores poderão pagar pelo seguro apenas quando necessitarem.

5. Sinistros de Bens e Auto virtuais e mais “agradáveis”

Vamos encarar a realidade. A grande maioria tem que lidar com o regulador de sinistros quando uma coisa ruim acontece. É por isso que companhias como a SnapSheet veem uma oportunidade

para uma solução verdadeiramente móvel para aviso e regulação de sinistros, possibilitando aos consumidores resolverem seus sinistros virtualmente. Os resultados? Uma experiência sensacional – mais rápida e fácil para os reguladores também.

Todas essas companhias, serviços e produtos existem por uma única razão: eles foram desenhados para eliminar uma dor do consumidor. No fundo, isso é o aprimoramento da experiência do consumidor: encontrar e remover as áreas em que a fricção resulta em tempo perdido ou frustração – como nos exemplos anteriores.

Fonte: [Customer Think](#)/CNseg, em 21.11.2017.