

Josusmar Sousa e Silas Kasahaya comentaram a evolução do ramo e o impulso nas vendas após a pandemia



O CEO da Mister Liber Corretora de Seguros, Josusmar Sousa, e o presidente do CVG-SP, Silas Kasahaya, se reuniram em uma live no dia 28 de maio, com transmissão ao vivo pelo Instagram, para tratar do tema “Mercado Seguro de Pessoas: influência dos meios digitais no Novo Normal”. Ambos abordaram o tema principal, intercalando com histórias pitorescas de suas carreiras.

Kasahaya destacou o aniversário recente do CVG-SP, que completou 39 anos de existência no dia 25 de maio. Ele lembrou que acompanha o CVG-SP desde que iniciou no mercado de seguros, em 1987, que concluiu diversos cursos e, mais tarde, em meados da década de 90, passou a integrar a diretoria da entidade. Em suas duas gestões, o CVG-SP evoluiu para o digital, aumentando o acervo de vídeos e ampliando os cursos online. “Estamos modelando um curso de ensino à distância, que será lançado ainda neste ano”, disse.

Como sua participação na live ocorreu também na condição de vice-presidente da Samplemed, Kasahaya citou a empresa como exemplo da influência dos meios digitais nos seguros de pessoas. Segundo ele, atualmente, a Samplemed oferece às seguradoras diversas ferramentas digitais para agilizar a operacionalização do seguro de vida. Este é caso, por exemplo, da subscrição de riscos por telefone (telesubscrição) e, mais recentemente, por vídeo.

A Samplemed também desenvolveu ferramentas para subscrição de riscos com base em modelos preditivos e uso de novas tecnologias, como big data, machine learning e Inteligência Artificial. Operada em ambiente de API (Application Programming Interface), a ferramenta transformou a DPS (declaração pessoal de saúde) em digital, ganhando mais agilidade no processo. “O aplicativo não apenas realiza os cálculos com base nos dados do cliente, como ainda oferece um parecer sobre a aceitação”, disse.

Segundo Kasahaya, a DPS digital venceu a concorrência com 48 empresas de todo o mundo e agora é utilizada em uma grande operação global na Europa. “Hoje, a ferramenta já foi traduzida para cinco idiomas”, disse. Josusmar cumprimentou Kasahaya pelo feito da Samplemed, ressaltando a rápida evolução do seguro de vida após a incorporação de tecnologias. Ambos se recordaram de que até pouco tempo atrás todo o processo era manual, com a necessidade do uso de tabelas pelo corretor.

Kasahaya observou que após a chegada da internet e, posteriormente, do smartphone, o seguro de pessoas experimentou grande evolução. A Samplemed, por exemplo, segundo ele, se prepara para lançar ainda neste ano uma ferramenta que é capaz de concluir a subscrição de seguro de vida apenas com o uso do CPF do cliente. “Nossa equipe de data science desenvolveu conteúdo estatístico avançado, com base em diversas fontes de informação”, disse.

Para Josusmar, a influência dos meios digitais facilita o trabalho das seguradoras e também de quem está na ponta, o corretor de seguros. Ele relatou que a Mister Liber está entrando na era digital, adotando diversas ferramentas tecnológicas. O processo se intensificou após a pandemia. “Em vez de chorar, resolvemos vender lenços. Por causa da covid, decidimos nos reinventar”, disse.

A Mister Liber, que recentemente venceu a campanha de vendas de uma seguradora, agora dispõe, segundo Josusmar, de dois novos formatos de venda: digital (com interação em tempo real com o cliente) e podcast. A venda é finalizada pelo corretor pelo WhatsApp. Apesar de ainda ter equipe de venda presencial, a corretora deverá ampliar a venda digital. “Outros corretores também podem fazer isso, desde que estudem muito e tenham disciplina”, disse. Kasahaya concluiu que a influência digital no ramo de pessoas é definitiva e deve aumentar por causa da pandemia. “O seguro de vida é o produto do momento”, acrescentou.

Fonte: Márcia Alves, em 01.06.2020