

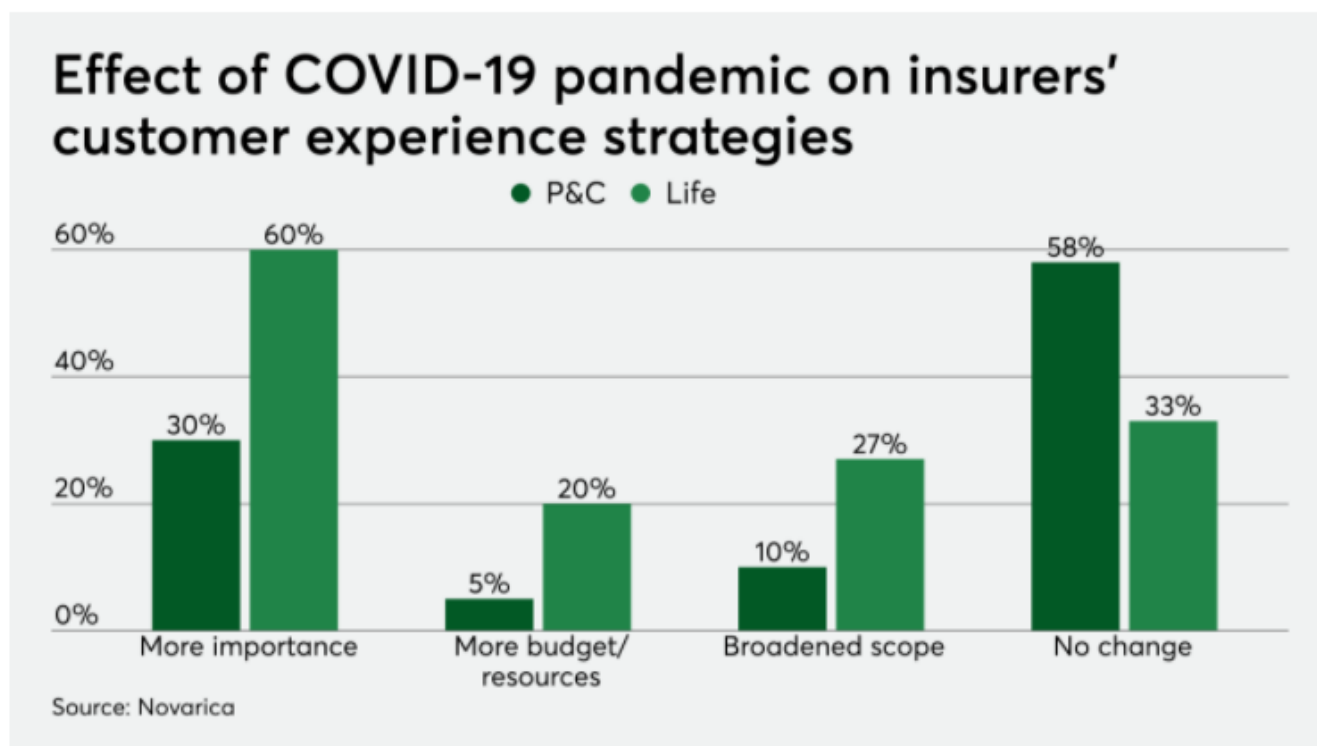
Em termos de marketing, o conceito de “experiência do cliente”, chamado também de CX, em uma empresa é todo contato que o consumidor (atual ou futuro) tem com seu serviço ou produto. Esse conceito precisa ser estudado detalhadamente, pois se a experiência for negativa, a empresa certamente perderá mercado no futuro.

Nessa linha de estudo, o site “Digital Insurance” acaba de divulgar o texto “Coronavirus impacting life insurance customer experience: Survey”, onde se avalia tal conceito nas seguradoras americanas durante a pandemia. Ou seja, se a importância da “experiência do cliente” aumentou ou não durante a pandemia, e se isso ocorreu em que algum ramo específico?

Como era esperado, a maior importância ficou localizada no segmento de vida, uma urgência nessa crise sanitária.

Caso tal estudo fosse feito no Brasil, os resultados provavelmente se repetiriam.

<https://www.dig-in.com/news/coronavirus-insurance-customer-experience-impact-survey>



Fonte: Francisco Galiza/Rating de Seguros, em 04.09.2020