

Um guia publicado pela KPMG intitulado "Seguradoras conectadas" (do inglês, **Connected Enterprise for Insurance**) aponta que, para as companhias do setor realizarem um processo de transformação digital, são necessárias três etapas. Para isso, elas precisam se conectar com o ecossistema considerando uma abordagem construída em torno do cliente, desenvolver uma visão integrada de seu ambiente interno e realizar um alinhamento com seu propósito e marca.

Segundo o relatório, para as seguradoras se manterem conectadas, há a necessidade de se estabelecer uma estratégia em torno dos clientes, parceiros, colaboradores, além de parceiros de negócio. Dessa forma, elas terão como resultado uma jornada construída com foco no cliente, ágil e digital com o objetivo de oferecer um serviço personalizado quando, onde e como quiserem.

"De um lado, munidos com as informações disponíveis on-line e com mais opções por conta de novos entrantes no mercado, os segurados contam com mais informações antes de fazer a escolha por um seguro. As seguradoras, por sua vez, vêm avançando em direção a uma tendência de mercado que aponta que a disrupção e a mudança vieram para ficar. Em outras palavras, estão conectando-se aos clientes cada vez mais por meio de soluções digitais", analisa a sócia líder do segmento de seguros da KPMG no Brasil, Érika Ramos.

De acordo ainda com o conteúdo, a mudança para a transformação considera uma visão completa ao buscar integrar no ecossistema os recursos e sistemas internos com os pontos de contato do cliente. Com base no relatório, as seguradoras utilizam cinco premissas principais: conectar-se aos segurados por meio de propostas de valor, oportunidades e interações ao longo da jornada; conectar e capacitar os colaboradores para atender às expectativas do cliente; conectar áreas internas de forma a atender a agenda de crescimento do cliente; conectar o ecossistema de parceiros de negócios para apoiar no atendimento dos compromissos assumidos com os clientes; além de realizar essas ações considerando as diretrizes regulatórias em linha com as expectativas de reguladores e do público em geral.

Como terceiro fator para esse processo de transformação digital, o relatório menciona ainda que as seguradoras precisam estar alinhadas com o propósito e marca definidos, o que significa que as escolhas que faz ao se conectar com os clientes ou parceiros de negócios devem ser orientadas pelo que deseja ser como organização.

"O fato de as seguradoras precisarem focar esforços no cliente e no atendimento das expectativas deles em termos de produto e experiência durante a jornada, utilizando como base as possibilidades que a transformação digital oferece não é algo novo. Temos acompanhado os esforços que essas companhias têm realizado no sentido de transformar negócios com o apoio do processo de digitalização. Mesmo assim, ainda percebemos que algumas continuam trabalhando no sentido de alinhar estratégia e os recursos necessários para avançar em um ritmo mais intenso", finaliza sócio líder de consultoria do segmento de seguros da KPMG, André Rocha.

Fonte: Viveiros, em 09.07.2021