



# Uma experiência de cliente memorável

Como melhorar a Experiência do  
Cliente no Setor de Seguros

ATENTO

WHITE PAPER

À primeira vista é possível pensar que o setor de seguros permanece estático e não há espaço para mudanças. No entanto, essa ideia não poderia estar mais distante da realidade. A transformação digital chegou a todos os cantos e a todos os aspectos da vida, e isso inclui o Setor de Seguros. As empresas, por meio da tecnologia, acessam informações cada vez mais detalhadas, o que lhes permite conhecer seus clientes a fundo, e também abre uma janela para fornecer-lhes uma maior e melhor variedade de produtos e serviços, voltados para suas necessidades particulares. Novas estratégias surgem para implementar no CX, que mais do que possibilidades se tornam obrigações para se manterem relevantes entre as empresas do setor.

De modo geral, é uma realidade que a experiência é um dos fatores que mais impactam quando se trata de conquistar clientes. Por isso, agora que o setor de seguros está apenas começando a se aventurar nas novidades do CX, é o momento perfeito para tomar uma decisão de otimização estratégica, que coloque sua empresa acima de seus concorrentes.

### **Priorizar CX é uma decisão estratégica necessária.**

É importante notar que:



**Um cliente está disposto a pagar cerca de 20% a mais por um produto ou serviço, se sua experiência do cliente tiver atendido às suas expectativas.**

*\*Dados da Hubspot.*

Da mesma forma, um estudo realizado nos Estados Unidos, mostrou que os clientes gastam menos em uma empresa após terem uma experiência ruim de CX, **o que se traduz em uma perda de renda de aproximadamente 3%.**

*\*Dados da PwC.*

As principais ofertas que uma empresa do setor de seguros deve ser capaz de entregar aos seus clientes são:

**SEGURANÇA**

**CONFORTO**

**PERSONALIZAÇÃO**

O cliente deve ser convencido durante os pontos de contato de que a empresa conhece suas necessidades e é capaz de atendê-las. **Através de uma estratégia robusta de CX nas mãos de aliados especialistas**, que lidam com as chaves para a otimização do atendimento ao cliente durante todas as etapas da jornada do cliente.

Consumidores no **Brasil, Colômbia, Hong Kong, Índia, Japão, Malásia e Filipinas** são mais propensos a abandonar uma marca se suas experiências não forem personalizadas.

*\*Dados do estudo Twilio*

## Procedimentos simples e 100% online

Na era do teletrabalho, ninguém quer se deslocar se não for absolutamente necessário. Portanto, se os clientes forem obrigados a ir a um escritório para realizar processos, muito provavelmente procurarão outra empresa que facilite os procedimentos. Nessa premissa, alcançar o maior número de automações que reduzam etapas e facilitem para o cliente, é essencial.

## Comunicação 24/7 e respostas instantâneas

O horário normal de expediente não atende mais às necessidades dos clientes, e limitar-se a isso é um caminho direto para o abandono. A comunicação hoje deve ser bidirecional, imediata e valiosa, especialmente no início da relação comercial. Para isso, é necessário fazer uso de chatbots ou plataformas de conversa, muito bem nutridas com dados, que possuem as características necessárias para fornecer informações significativas e rápidas.

## Comunicação clara, personalizada e proativa

O cliente atual assume de antemão que a empresa o conhece muito bem, já que os meios para isso existem. Da mesma forma, ele espera que ela faça uma proposta individual, adaptada às suas características e necessidades. No setor de seguros, isso pode se referir a uma apólice ou contrato personalizado, para citar um exemplo.

As experiências omnicanais também são fundamentais para atingir esse objetivo, já que independente do meio que o cliente utilize, suas informações serão centralizadas e personalizadas, dando-lhe um senso de importância e pertencimento. Além do conforto que isso acarreta.

*"Quando o consumidor compra um produto, ele passa a ter muito mais contato com a marca e quer que ela seja onipresente e omnicanal."*

*- Aarón Zoreda, CIO da Atento México*

Além disso, é importante manter a comunicação permanente da empresa com o cliente, e não apenas esperar que ele seja contatado em caso de necessidade. Para isso, estratégias inovadoras e eficazes podem ser implementadas, como oferecer alternativas de up-selling e cross-selling.



## Canais de feedback automáticos

Ter canais automáticos para o cliente expressar suas opiniões, não só lhe proporciona uma sensação de reconhecimento, mas ao mesmo tempo permite que a empresa colete dados importantes. O cliente, por outro lado, valoriza poder se comunicar e receber respostas sobre suas dúvidas e necessidades.

Um estudo realizado em 2022 pela Medallia, pioneira em gestão de CX, no qual foram coletadas informações de profissionais de customer experience, employee experience e líderes em áreas afins em grandes empresas dos Estados Unidos, Canadá, México, Argentina, Colômbia, Grã-Bretanha, Alemanha, França, Espanha, Nova Zelândia e Austrália, entre outros, revelou que as chances de reportar um crescimento de receita de pelo menos 20% no ano são 26 vezes maiores para os líderes de CX do que para as empresas que estão atrasadas no assunto.



Na Atento, fornecemos ao setor de seguros a tecnologia e a sensibilidade humana necessárias para impulsionar uma operação centrada nas pessoas que faz uma diferença significativa na rentabilidade e sustentabilidade. Fornecemos uma abordagem consultiva, avaliamos e otimizamos a estratégia digital das empresas e fornecemos soluções seguras e orientadas por dados que capacitam a automação, o autoatendimento e a satisfação geral do cliente. Nossas soluções são projetadas para apoiar as empresas no atendimento ao cliente, vendas, back office e até mesmo suporte técnico.

Fornecemos uma solução omnicanal completa, gerenciada em tempo real, que garante total controle operacional e agilidade na tomada de decisões. Integramos processos automatizados com Data Science em todo o funil de vendas, que trabalham lado a lado com nosso talento humano, para gerar estratégias que aumentem os níveis de conversão. Da mesma forma, mesclamos marketing digital e vendas com ferramentas de CRM BPO.

### Vendas B2B

**Combinamos nossa experiência em vendas e análises consultivas para desenvolver experiências inéditas que produzam resultados satisfatórios.** Promovemos as melhores ofertas no momento certo. Além disso, contamos com uma equipe altamente qualificada que atua na conversão de leads, gestão de portfólio e suporte a vendas em campo.

### Vendas Digitais

**Gerenciamos o processo de vendas de forma eficiente para alcançar as melhores taxas de conversão.** Lidamos com vendas tradicionais e digitais, juntamente com a Ciência de Dados para maximizar a conversão, reduzir custos e melhorar a experiência do cliente.

### Cross & Up-Selling

**Desenvolvemos campanhas digitais inbound e outbound com consultoria de serviços e Data Science.** Através da análise dos hábitos de consumo identificamos os interesses e necessidades dos clientes atuais, e fazemos ofertas bem-sucedidas de produtos e/ou serviços adicionais que complementam sua experiência com a marca.

Levando em conta essas chaves, mantendo uma **comunicação clara, otimizada e contínua, e trabalhando lado a lado com a Atento**, você conseguirá manter relacionamentos de longo prazo com os clientes que compram seus produtos e serviços repetidas vezes, e trazer novos clientes para sua empresa.

Saiba mais sobre nossas soluções de inteligência artificial, análise, automação inteligente e engajamento do cliente e como aplicá-las ao seu negócio. Implemente e otimize rapidamente o CX da sua empresa através dos nossos serviços. Entre em contato conosco!

# ATENTO



Site [atento.com/pb](https://atento.com/pb)



Atento



Leading  
Next Generation CX

