

Hoje, o tema é como a digitalização tem transformado não só o mercado de pessoas físicas, mas também os seguros corporativos.

E aí, Raquel, tudo bem?

Para começar esse nosso bate-papo, poderia nos dar um contexto sobre o posicionamento da WTW na distribuição de seguros através dos canais diferenciados e nossas redes de parceiros?

Antes de mais nada, quero agradecer pelo convite para participar desse podcast e falar desse tema que é tão importante para a nossa estratégia.

A WTW tem presença global na distribuição através de canais diferenciados, como operações de Bank Assurance, de Card Dealers, Retailers, Worksite Marketing, Direct-to-consumer.

E claro que, com esse posicionamento e com esse protagonismo, a companhia sempre teve um olhar para o desenvolvimento de ferramentas que possibilitam a distribuição de seguros de forma mais ágil e mais simples.

Existe um grande movimento de simplificação e digitalização de seguros para consumidores em geral.

Você pode falar um pouquinho sobre isso, por favor?

Realmente, o mercado de seguros, especialmente no que diz respeito aos seguros para pessoas físicas, passou por uma importante revolução nos últimos anos.

Passamos de um conceito de digitalização que começou com uma solução que parecia diferenciada para o consumidor final, mas que gerava um back-office gigantesco na operacionalização para aquilo que, de fato, hoje, podemos chamar de simplificação e digitalização.

Hoje, é possível contratar seguros pela Internet utilizando portais criados com essa finalidade ou em aplicativos de bancos e de redes de varejo, por exemplo, e com emissão de apólices e certificados on-line.

As operações de afinidade tiveram importante papel nesse processo, porque nesse segmento sempre foi necessário simplificar produtos, criar soluções digitais, utilizar ferramentas de tecnologia, ou seja, sempre foi um grande balão de ensaio para tudo o que veio e se consolidou depois.

Legal.

A digitalização dos seguros individuais, especialmente aqueles que são distribuídos através de banco, rede de varejo e até mesmo portais de Internet, é mais claro e divulgado.

Só que quando a gente fala de seguros corporativos, parece ser um pouco mais complexo.

Conta pra gente como é que a gente está conseguindo trabalhar nesse tema.

Pois é, existem algumas operações bancárias, por exemplo, que estão vinculadas diretamente à necessidade de contratação de seguros para garantir os bens que estão financiados ou até mesmo a performance de um contrato.

Mas a velocidade dessas tratativas é muito diferente da mecânica e da dinâmica do mercado convencional de seguros corporativos.

E aí, esse modelo convencional, ele não é eficiente para esse tipo de demanda.

Dessa forma, é necessário avaliar produto a produto, o que pode ser simplificado, quais informações podem ser dispensadas e, principalmente, como a tecnologia pode suprir essa necessidade de uma comunicação mais rápida entre o canal e a WTW, e com as seguradoras para que esse balcão seja atendido na velocidade que ele precisa ser.

Claro que a experiência adquirida nos seguros individuais tem sido fundamental para dar sustentação para essa estratégia.

Mas os produtos destinados às empresas, como você mesmo disse, tem uma complexidade distinta e é exatamente aí que a expertise técnica da WTW e as ferramentas desenvolvidas aqui no Brasil e globalmente fazem a diferença no nosso modelo de distribuição.

Interessante.

Raquel, e para quais produtos de seguros corporativos a WTW construiu uma solução simplificada e até mesmo uma jornada integralmente digital?

Você consegue nos dar alguns exemplos?

Além dessas soluções de contratação on-line, já desenvolvemos grande capacidade de simplificação também, respeitando regras de produtos e eventuais restrições mais severas de algumas linhas.

Mas já temos condições de operar em riscos mais complexos, com maior velocidade de resposta aos mais diversos canais de distribuição e de parcerias.

Com base nesse modelo construído, como os canais de relacionamento com os clientes corporativos podem ser beneficiados em suas operações?

O principal foco dessas soluções é a capacidade de absorver grandes volumes de negócios, ainda que estejamos falando de produtos mais complexos.

Dessa forma, o canal de distribuição se beneficia porque esse modelo é parte da engrenagem que faz o balcão rodar de forma mais eficiente.

O seguro deixa de ser um gargalo nas operações.

Agora que a gente sabe como os canais podem ser beneficiados, eu queria entender quais são os principais canais de distribuição que são foco para esse trabalho?

As operações bancárias são muito beneficiadas e a WTW tem uma ampla experiência nesse modelo de distribuição, considerando que somos parceiros exclusivos no balcão de seguros corporativos de um dos maiores bancos do país.

Outras operações de financiamentos, como de máquinas e de veículos, por exemplo, ou bancos ligados às indústrias montadoras também conseguem importante benefício no atendimento de seus clientes e de suas operações.

Também podemos criar soluções personalizadas de seguros para redes de franquias, por exemplo, e a distribuição aos franqueados que será facilitada através de um modelo de contratação digital.

Além disso, podemos tratar pequenas empresas que precisam contratar seguros e muitas vezes não sabem onde procurar.

Hoje, a WTW já disponibiliza essas soluções através do portal Despreocupe-se para atendimento de clientes em geral, tanto pessoas físicas quanto jurídicas.

E agora, Raquel, para fechar o nosso bate-papo, o que a gente pode esperar como próximos movimentos em seguros corporativos?

Em Afinidades, a gente costuma dizer que o céu é o limite.

E normalmente, quando nós dizíamos isso, nós estávamos falando de produtos muito simples e de baixo ticket e vendidos em larga escala, e para seguros corporativos, isso tudo parecia muito distante.

Hoje, já sabemos que existe um caminho muito promissor de inovação nos seguros corporativos.

E certamente podemos esperar muitas novidades para 2023.

Quero voltar aqui para contar os nossos avanços ao longo do próximo ano.

Raquel, muito obrigado, foi um prazer recebê-la.

É sempre um tema muito interessante quando a gente fala de inovação e tecnologia.

Eu acredito que ficou bastante evidente que soluções simplificadas de produtos que têm maior complexidade e foco em pessoa jurídica dependem essencialmente da expertise técnica.

E a WTW, como sempre, vem aí em posição de vanguarda nesse processo.

Sem dúvida, Ocimar.

Simplificar sem comprometer a qualidade do produto e o fluxo de aceitação das seguradoras é um trabalho técnico bastante intenso.

E essa expertise da WTW é fundamental.

Eu que agradeço pela oportunidade de dividir um pouco sobre esse tema que está tão em evidência e caso alguém queira saber mais sobre esse assunto e conhecer melhor as nossas soluções para distribuição de seguros através de canais diferenciados e de parcerias, basta nos procurar na página da WTW, nas principais redes sociais ou me procurar diretamente pelo LinkedIn.

Vai ser um prazer enorme atender todo mundo que tiver interesse nesse tema.

Muito obrigada.

Obrigado por participar do WTW POD+ Seguros.

Para mais informações, acesse nossas mídias sociais e a seção de insights no wtwco.com

[MÚSICA TOCANDO]