



Por Cátia
Baião
MARKETING & PARTNERSHIPS
MANAGER, MSG LIFE IBERIA

Tendências na inovação de produtos

A nova realidade exige que as seguradoras se fortaleçam nas suas áreas essenciais.

Nos últimos anos, a tecnologia deu um salto qualitativo com grande impacto no setor segurador, levando à transformação do seu modelo de negócio, dos canais tradicionais ao digital, cada vez mais personalizado e centrado no cliente.

Nesse cenário, as seguradoras precisam conhecer e explorar o potencial das novas tecnologias, aliados extraordinários para identificar oportunidades de inovação e criar novos modelos de negócio e produtos diferenciados. Para isso, devem munir-se de sistemas de informação complementados por tecnologias como analytics, IoT e inteligência artificial (IA), para enfrentar a nova realidade hiperconectada, hiperautomatizada e hiperpersonalizada.

INOVAÇÃO EM DIFERENTES DIMENSÕES

Num mercado onde a inovação e personalização da oferta diferencia os principais players do setor, as seguradoras têm-se concentrado na digitalização focada na otimização da experiência do cliente, inovando e criando novos serviços, produtos ou canais de distribuição integrados no seu modelo de negócio. As seguradoras com maior capacidade de investimento criam laboratórios de inovação ou colaboram com as Insurtechs para chegar a modelos disruptivos, que lhes permitam liderar em ecossistemas com valor para o cliente.

Para inovar nas dimensões identificadas, as seguradoras devem adotar tecnologias que promovam mudanças no desenho, gestão e lançamento de produtos para o mercado. Para isso, precisam que o seu ecossistema de IT esteja preparado para [1] facilitar a criação de novas linhas de negócio e para responder a uma estratégia de sofisticação de preço com agilidade, sendo possível criar, alterar e precificar produtos ao ritmo que o mercado exige;

[2] personalizar a oferta e o preço de acordo com o perfil do cliente e [3] inovar e testar novos produtos à velocidade do mundo atual.

Adicionalmente, a quantidade de dados e a necessidade de monetizá-los para gerar melhorias no serviço exigem a definição de uma estratégia abrangente que capitalize as diferentes fontes de dados (internas e externas), sem descuidar segurança, privacidade e ética.

Uma vez definida a estratégia, as seguradoras podem combinar a sua infraestrutura de IT com tecnologias analíticas e assim refinar a análise de comportamentos e tendências do cliente, criando uma cultura de inovação, impulsionada por dados, que combina tecnologia e agilidade.

A chegada da tecnologia 5G abre novas oportunidades para o setor, impulsionando a agilidade na criação de produtos e modelos de precificação, contribuindo para a antecipação e prevenção de riscos, transformando as seguradoras num parceiro de proteção do cliente, com benefícios indiscutíveis para ambas as partes.

Por sua vez, a combinação de sistemas core com AI, permite que as seguradoras apostem numa estratégia de hiperpersonalização, identificando a oferta mais adequada a cada cliente, quando e através de que canal. Tudo isto permite que as seguradoras proporcionem experiências únicas e diferenciadas aos seus clientes.

O desafio da inovação exige que as seguradoras se fortaleçam naquilo que são as suas áreas essenciais, especialmente na gestão de produtos, fundamental no suporte ao negócio com soluções que possibilitem e potenciem inovar com agilidade. Também a velocidade de lançamento e comercialização (time to market) e a flexibilidade na configuração do produto e o preço são fatores fulcrais para a diferenciação e hiperpersonalização, pois o aumento da procura de produtos inovadores, bem como a transformação do cliente e da concorrência, são agora inevitáveis. ●



PARA INOVAR NAS
DIFERENTES DIMENSÕES,
AS SEGURADORAS DEVEM
ADOTAR TECNOLOGIAS
QUE PROMOVAM
MUDANÇAS NO DESENHO,
GESTÃO E LANÇAMENTO
DE PRODUTOS.