

Seguradora foca na ampliação do atendimento ao cliente

Há alguns anos a SulAmérica vem focando a sua estratégia em atender o cliente da forma mais completa possível, procurando manter uma visão ampla do segurado – quais produtos ele tem com a companhia, há quanto tempo o cliente, entre outros pontos. Segundo o vice-presidente comercial, Matias de Azevedo (foto), esta forma de análise do cliente é a melhor maneira de encontrada pela companhia para melhorar o atendimento e fidelizar o consumidor. “Este é um dos nossos diferenciais, pois olhamos produto por produto e sim cliente por cliente”, explica Azevedo. Segundo ele, a estratégia da SulAmérica ainda consiste em regionalizar o atendimento tanto aos segurados quanto aos corretores, com um diretor para cada uma das sete regiões do País definidas pela companhia. Com isso, hoje a seguradora soma 33 mil corretores cadastrados e 24% de crescimento de 2005 a 2011. A sua carteira é formada por: saúde e odontologia são responsáveis por 66%, automóvel representa 22%, outros ramos elementares e vida e previdência somam cerca de 5% cada uma. Tendo os corretores como principal canal de distribuição de seguros, a seguradora busca investir em treinamentos e capacitação para eles ampliarem a comercialização do leque de produtos da companhia e seus ganhos também. O vice-presidente comercial conta que, ao longo de 2011, aproximadamente 18 mil pessoas receberam treinamento da seguradora, em todos os ramos nos quais a SulAmérica atua. Desses, 11 mil eram corretores. “Além disso, passamos a incentivar o corretor que trabalha apenas com automóvel a comercializar saúde também, e o preparamos para isso”, acrescenta o executivo. A estratégia deu resultado: atualmente, 65% das vendas do seguro saúde voltado para PMEs (pequenas e médias empresas) é feita por corretores que nunca haviam comercializado este tipo de seguro. Entre as novidades apresentadas em 2012, destacam-se, no seguro automóvel, a cobertura para saldo de financiamento do veículo e 7 dias para o primeiro pagamento. Em saúde, a companhia disponibilizou aos segurados um aplicativo que “leva” a carteirinha para os smartphones – possibilitando acesso rápido a diversas informações. De acordo com Azevedo, foram mudanças que tornaram os produtos mais atrativos para os clientes, diminuíram a burocracia e facilitaram os processos internos.

Revista Apólice o maior [portal de seguros](#) do Brasil.

Sobre o Autor

Apólice é uma revista dirigida a todos os segmentos do mercado de seguros: corretores, seguradores, resseguradores, técnicos de seguros, entidades do setor, gerentes de risco e empresas interessadas no segmento de seguro do País.

Source: <http://www.artigopt.com>