

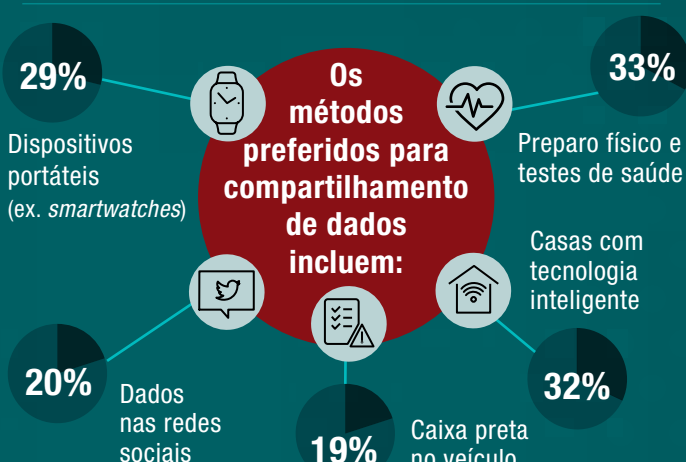
# O FUTURO DO SETOR DE SEGUROS: PERSONALIZADOS, DIGITALIZADOS E CONECTADOS

A Capco fez uma pesquisa com aproximadamente 14.000 consumidores em 13 mercados globais diferentes para entender melhor suas escolhas de linhas pessoais de crédito, principais produtos e serviços utilizados e tendências emergentes.

COM BASE NOS RESULTADOS, SEGURADORAS DEVEM ATENDER AS SEGUINTE QUATRO ÁREAS:

## 1 HIPERPERSONALIZAÇÃO

**72%** estão dispostos a compartilhar **dados pessoais** para obter prêmios de seguros mais baratos



## 2 EDUCAÇÃO

**37%** dos consumidores **não se sentem informados** sobre seguros e os produtos disponíveis hoje

**MULHERES SE SENTEM MENOS CONFIANTES** sobre as ofertas de seguros em 12 dos 13 países

## 3 VENDA CRUZADA

**60%**

dos clientes de seguros globalmente **não têm múltiplas apólices com o mesmo fornecedor**

## 4 DIGITALIZAÇÃO

**57%** querem uma melhor **experiência on-line** nas seguradoras

**66%** usariam **um app que oferece melhor transparência** sobre os diferentes produtos financeiros (contas bancárias, previdências, apólices de seguros) além de oferecer *insights* personalizados

## QUATRO OPORTUNIDADES PARA SEGURADORAS



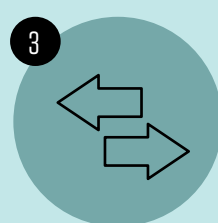
### EDUCAÇÃO

A educação é necessária para aumentar o conhecimento e engajamento dos consumidores



### HIPERPERSONALIZAÇÃO

A hiperpersonalização pode orientar resultados melhores de clientes para demografias específicas



### VENDA CRUZADA

Seguradoras podem aumentar o reconhecimento da marca, manter os negócios e reter clientes com venda cruzada



### DIGITALIZAÇÃO

Existe demanda para serviços on-line e ferramentas mais sofisticados

## METODOLOGIA

Entre abril e maio de 2020, a Capco fez uma pesquisa global em 13 mercados principais: Reino Unido, EUA, Canadá, Brasil, Alemanha, Áustria, Bélgica, Suíça, Hong Kong, Singapura, Tailândia, Malásia e China. Obtivemos respostas de um total de 13.798 indivíduos e cotas de representantes dos países foram seguidas. O relatório representa uma gama vasta de respostas incluindo seis faixas etárias diferentes. 49% dos participantes se identificaram como homens, 50% como mulheres e 1% como outros.

INTERESSADO NO **RELATÓRIO COMPLETO**? CADASTRE-SE PARA RECEBER OS COMENTÁRIOS DA NOSSA PESQUISA, INCLUINDO ANÁLISES DE MERCADO INDIVIDUAL E RECOMENDAÇÕES SOBRE O SETOR.