



CASE STUDY

19-9

Seguradora internacional aprimora estratégias de fidelização com tomadas de decisões assertivas através do Score 3D

Empresa:	Seguradora Internacional
Segmento:	Seguros
Produto/Solução:	Score 3D

O DESAFIO

Uma seguradora com operação internacional buscava **automatizar seu processo de direcionamento de segurados para vistoria de automóveis**. Era preciso tomar **decisões rápidas e assertivas** entre clientes e veículos que deveriam ser direcionados para o modelo de serviço chamado autovistoria, isso é, que não demandam a ida do cliente à seguradora, ou para a vistoria presencial.

A companhia precisava de uma ferramenta que permitisse **otimizar tempo e recursos da equipe de atendimento**, identificando os bons clientes e veículos em melhor condição para os casos de autovistoria.

Além disso, era preciso **gerenciar os riscos de fraude envolvidos na autovistoria**. Para tanto, a segmentação do cliente com informações preditivas era fundamental.

A SOLUÇÃO

O Score 3D ajudou a seguradora a **categorizar sua base de clientes para estratégias de fidelização**. Por meio do cruzamento de dados alternativos, foi possível compor o perfil dos segurados, o que

trouxo como resultado a **tomada de decisões mais assertivas, ágeis e estratégicas**. O projeto contou com um período de testes para verificação da aderência entre a base de dados da Sancor e a da TransUnion. Após as verificações, o mesmo entrou em execução.

O RESULTADO

Esse projeto piloto de autovistoria dos segurados iniciado pela empresa levou a seguradora a **ganhar em imagem e reputação como uma empresa inovadora**. Para o cliente final, os ganhos se traduzem **em rapidez e praticidade de atendimento, evitando o processo mais demorado da vistoria tradicional dos veículos**. Como o processo tem uma sazonalidade, os resultados em termos quantitativos serão compilados após novos ciclos de autovistorias.

*DADOS ALTERNATIVOS

São dados complementares aos disponibilizados pelos bureaus de crédito, e auxiliam as empresas a ampliarem a assertividade de análise de risco de forma objetiva através de algoritmos matemáticos e estatísticos. Adicionalmente são um importante instrumento de inclusão de jovens, pessoas com pouco histórico de mercado, sub-bancarizadas e desbancarizadas.



AGILIDADE NO ATENDIMENTO



RETENÇÃO DE CLIENTES



MELHORA NA REPUTAÇÃO DA EMPRESA, QUE PASSOU A SER VISTA COMO MAIS INOVADORA

"Com o uso das soluções TransUnion, a Seguradora ganhou agilidade e reputação com o processo de autovistoria de veículos, enquanto foi oferecida mais praticidade aos segurados, evitando as tradicionais vistorias presenciais",

Marcelo Sena, Diretor Comercial e Chief Revenue Officer (CRO) da TransUnion Brasil

SOBRE A TRANSUNION:

A informação é poderosa. E a TransUnion reconhece sua importância, desenvolvendo e oferecendo ao mercado soluções de informação de maneira inovadora. Por trás de cada dado, consegue encontrar histórias únicas, além de tendências e ideias exclusivas. A TransUnion impacta o desenvolvimento de economias e ajuda a melhorar a qualidade de vida das pessoas, viabilizando o acesso a bens e serviços, por meio de soluções para a tomada de decisão no relacionamento das organizações com seus clientes e parceiros. A empresa possui um portfólio de soluções sólido. Fundada em 1968, opera internacionalmente há mais de 30 anos, chegando ao Brasil em 2011. Suas ofertas auxiliam na prospecção de novos clientes, tomada de decisão no processo de concessão de crédito, risco, cobrança, cross selling e prevenção à fraude, atendendo centenas de clientes nos segmentos de serviços financeiros, seguros, telecomunicações, varejo e cobrança. Presente em mais de 30 países, a TransUnion estimula a inovação e apoia comunidades com base em informações e dados alternativos. Nós chamamos isso de Informações para o Bem.

"Ajudamos a melhorar a qualidade de vida das pessoas". Esse é o PROPÓSITO da TransUnion.

Visite

www.transunion.com.br

para saber mais.