



Digital como estratégia de negócio

Bruno Lopes
Account Executive
Finance – Segmento de Seguros
Aluno da Escola Nacional de Seguros - Funenseg



In 2015 the questions we asked
revealed who we are.

A close-up, slightly blurred photograph of a woman with long blonde hair and glasses, looking down at a smartphone held in her hands. The image has a warm, golden-brown color palette. Overlaid on the image is white text in a sans-serif font.

Nós não estamos
ficando

digital

— nós —

somos

digital



2005



2013

Uma prova desta revolução



24%

Das crianças de 5 a 9 anos no
Brasil usaram a Internet nos
últimos 3 meses

**O BRASIL JÁ COMPLETOU A PRIMEIRA
FASE DA ADOÇÃO DO CONSUMO DIGITAL
COM MAIS DA METADE DA POPULAÇÃO**

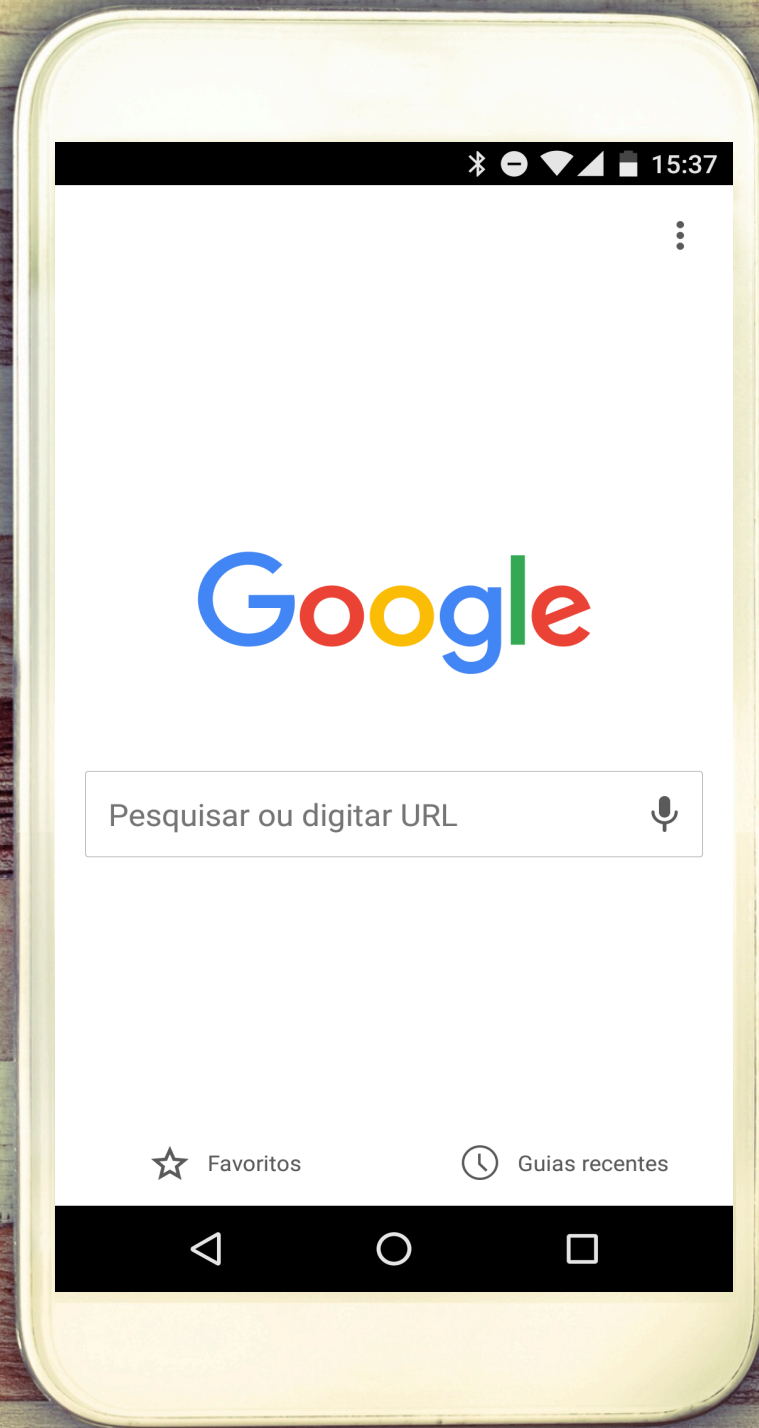
CONECTADA



POPULAÇÃO
BRASILEIRA
ONLINE

120 Mi

56%



108Mi

de brasileiros possuem smartphones

aumento de
112%
na participação de
smartphones
no acesso à internet no último ano



Mobile

It's Official: Google Says More Searches Now On Mobile Than On Desktop

Company officially confirms what many have been anticipating for years.

Greg Sterling on May 5, 2015 at 12:34 pm

10.8K



g+

MORE

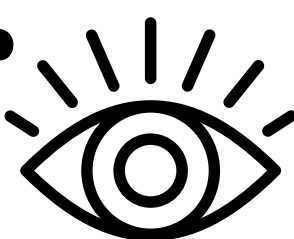


**Não estamos fazendo nada novo.
Estamos fazendo as mesmas coisas,
de novas maneiras.**



Google

2000

MOMENTO
EU QUERO
saber 



O que gera novos hábitos

Proprietary + Confidential

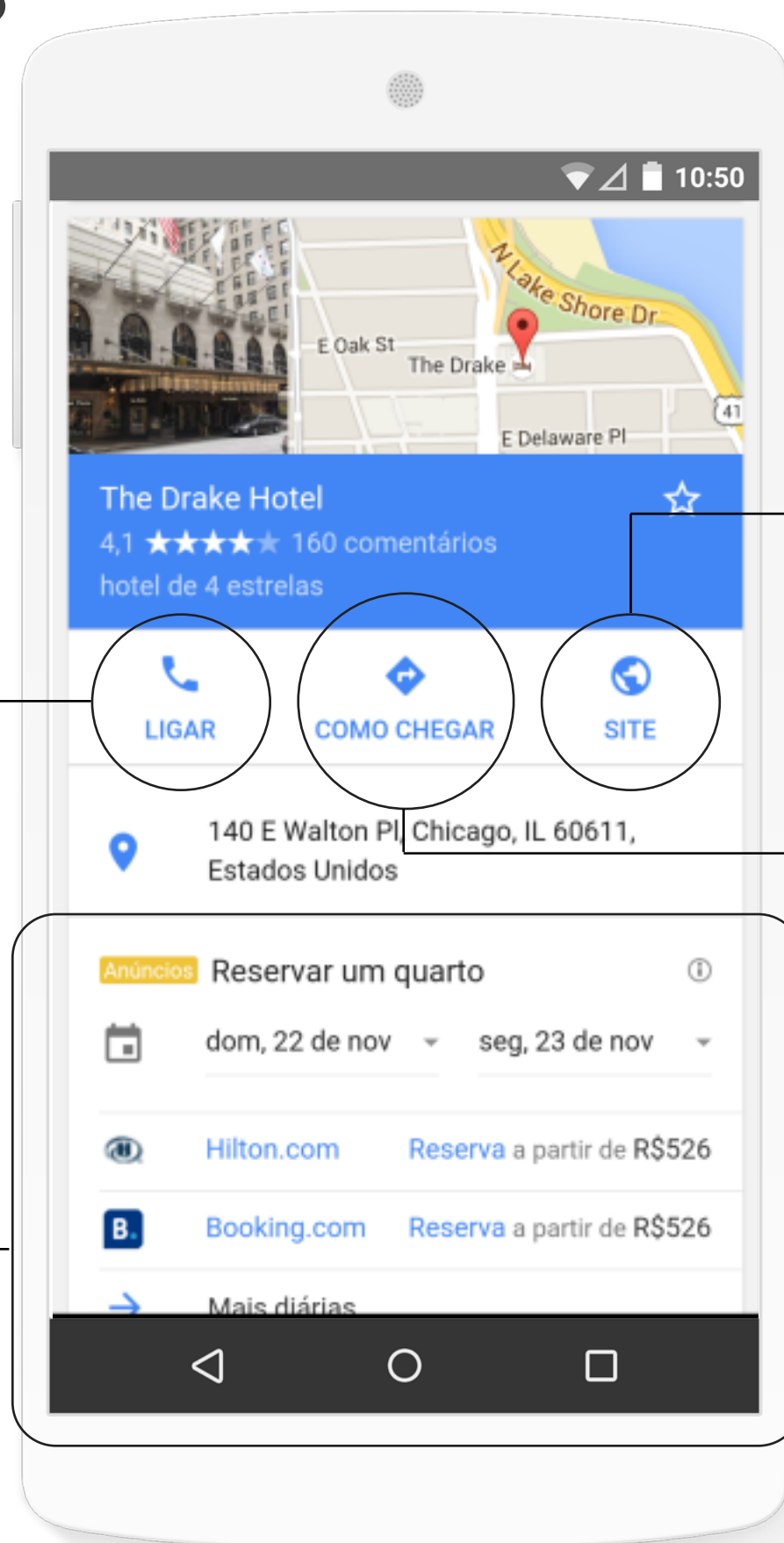
Google
2016

MOMENTO
EU QUERO
FAZER

MOMENTO
EU QUERO
COMPRAR

MOMENTO
EU QUERO
saber

MOMENTO
EU QUERO
IR



Novos negócios

Proprietary + Confidential



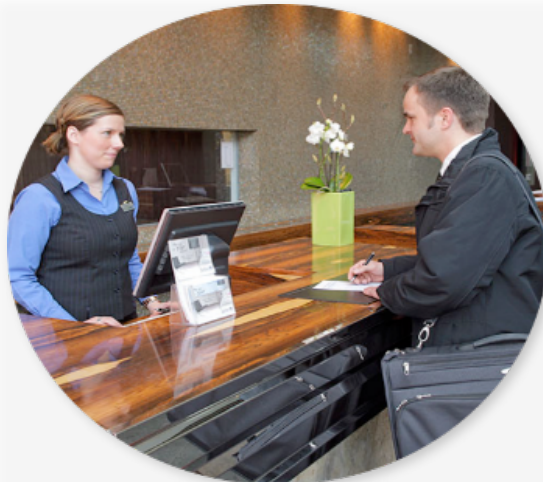
Fugir do trânsito

Ligar o Waze



Chamar um Taxi

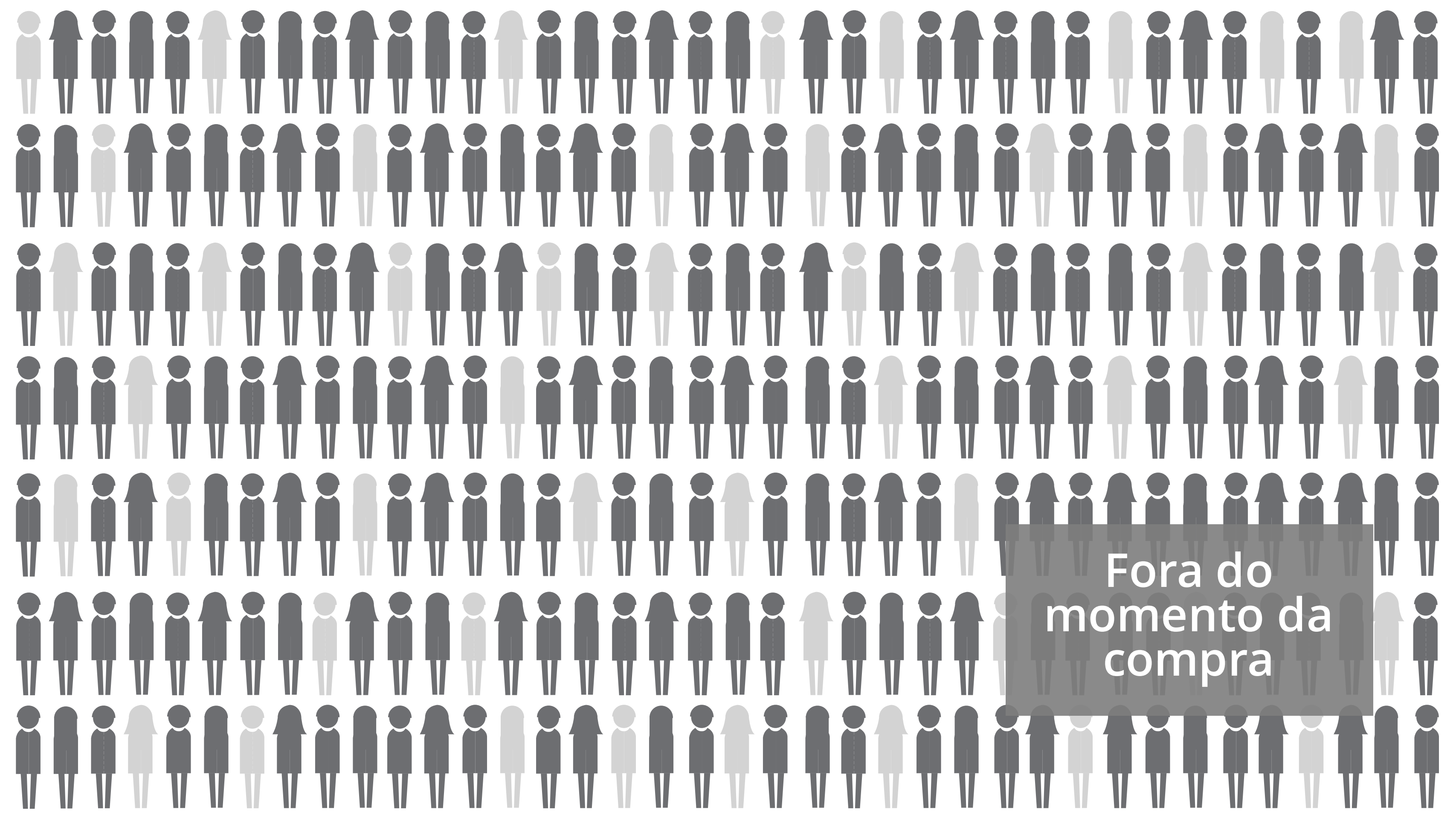
Usar o App



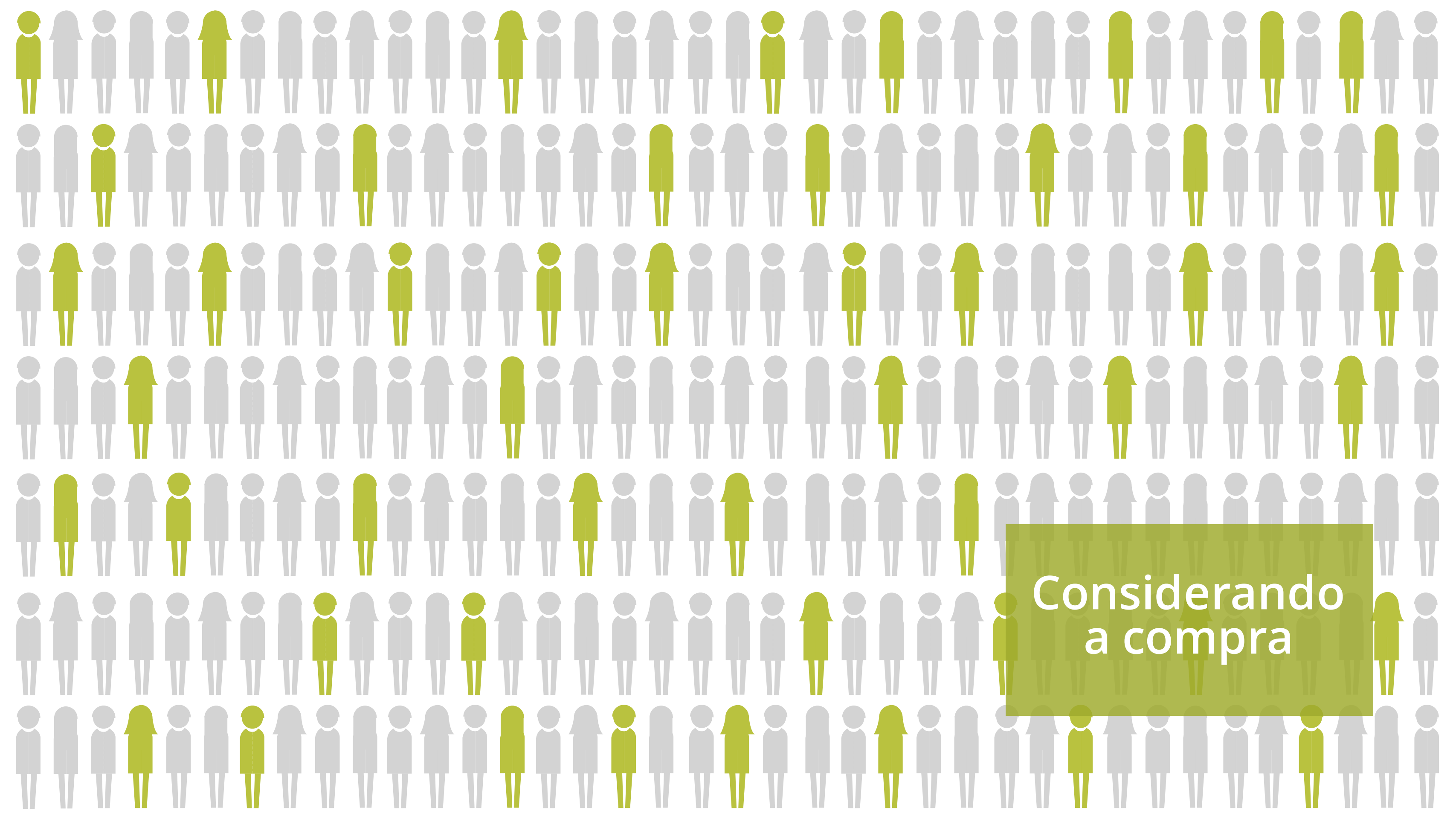
Procurar Hospedagem

Buscar no Airbnb

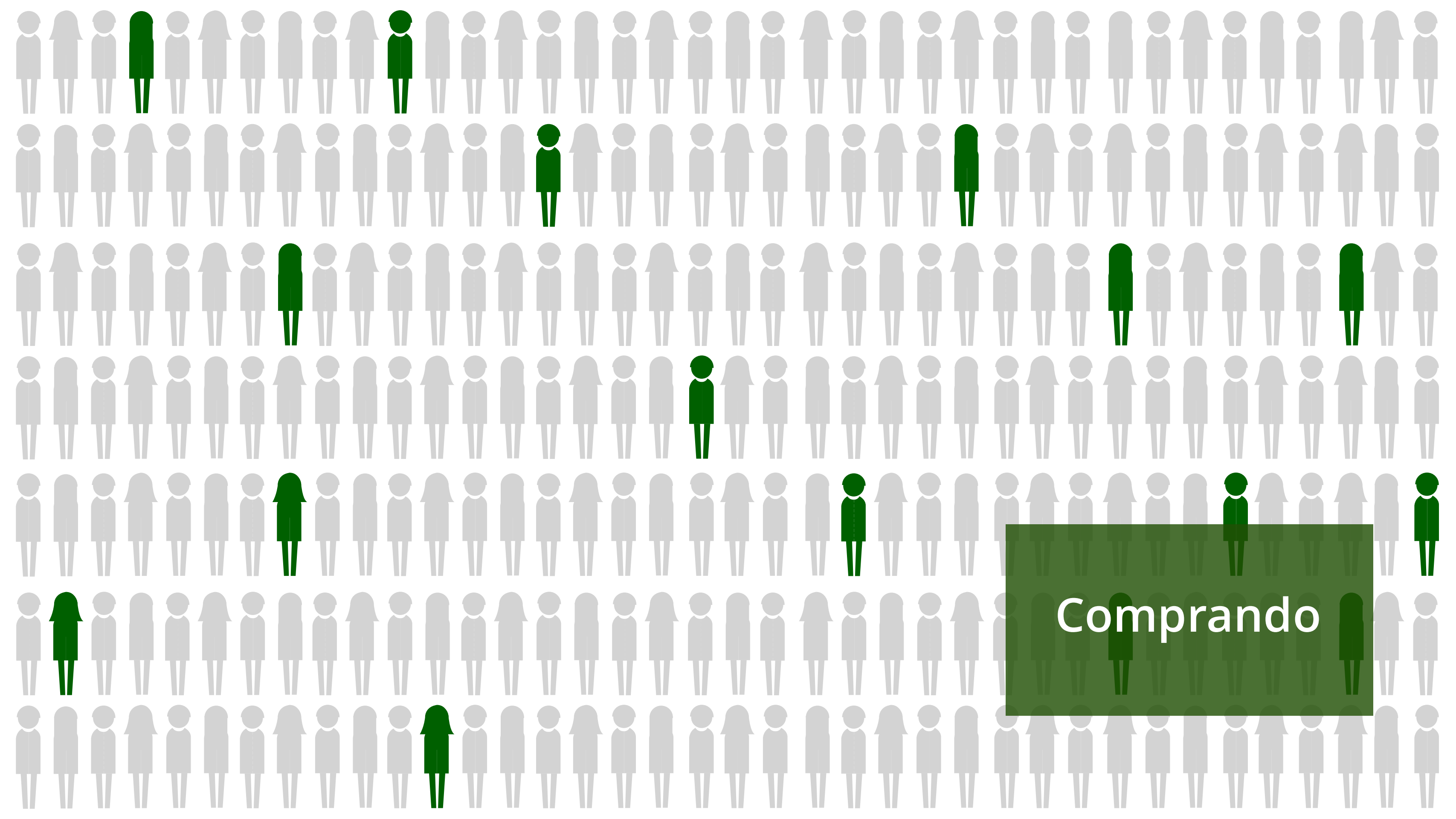




Fora do
momento da
compra



Considerando
a compra



Comprando

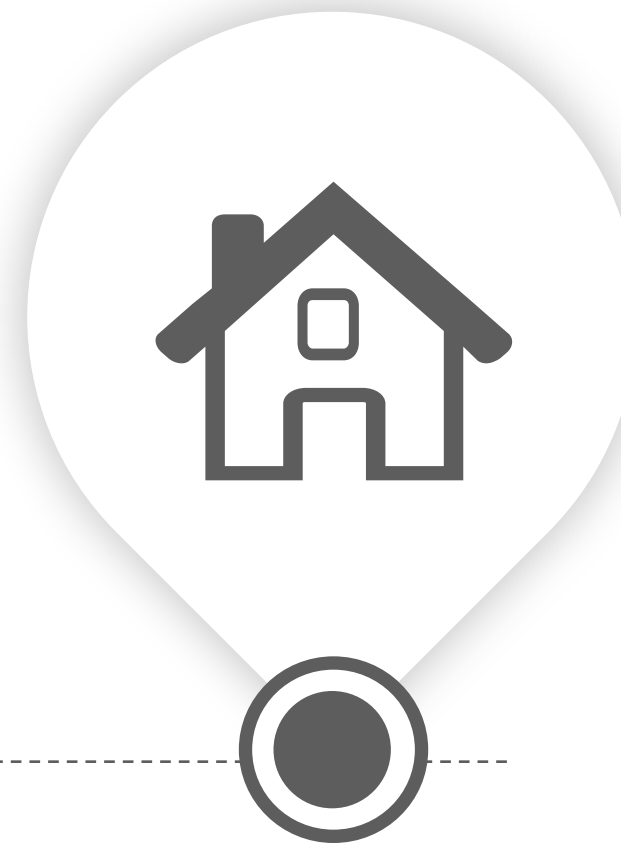
Antes...



Estímulo



Primeiro
Momento
da Verdade



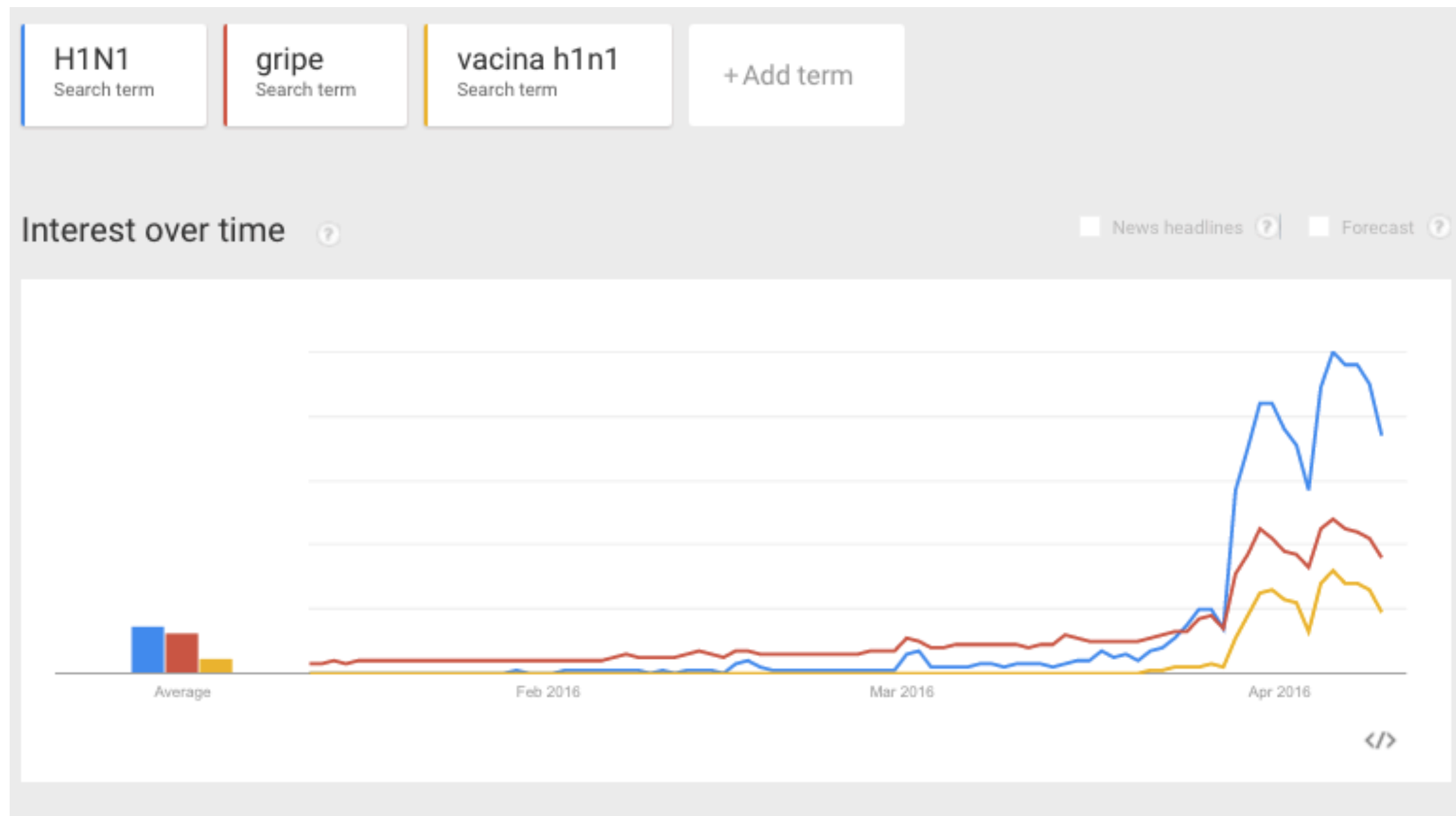
Segundo
Momento
da Verdade

Corretor ou Operadora

Experiência

Hoje...





Queries	Top Rising	
	Top	Rising
h1n1 sintomas	100	
sintomas	100	
vacina h1n1	80	
vacina	80	
h1n1 gripe	70	
gripe	70	
h1n1 2016	30	

Subregion City	
Amapá	100
São Paulo	57
Paraíba	48
Alagoas	41
Goiás	34
Federal District	30
Santa Catarina	30

Source: Googel Trends – Abril 2016

A internet é a principal fonte na tomada de decisão financeira

68% Utilizam a internet no processo de pesquisa e decisão



30% Amigos, família, colegas

14% Empresas privadas

13% Corretor/consultor

13% Revistas/Folhetos

11% Televisão

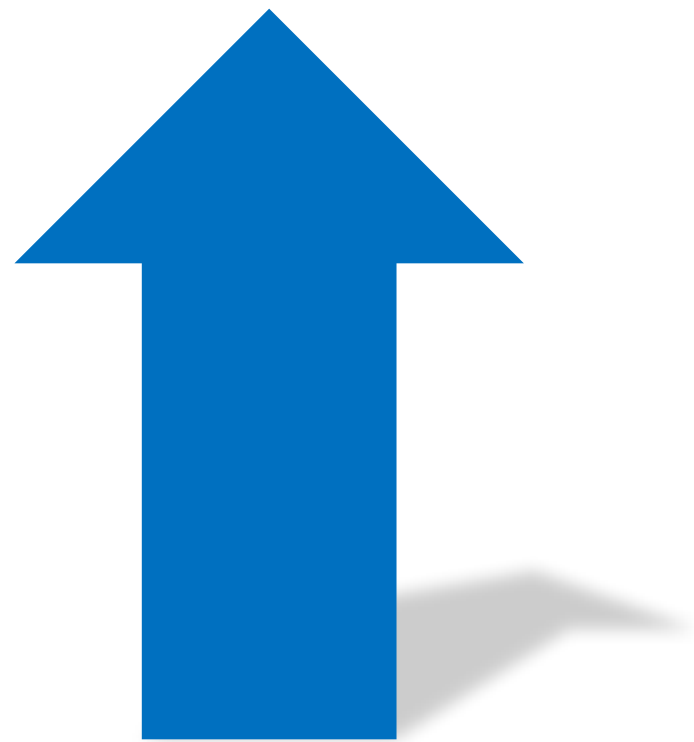
+ 9 milhões

de buscas por Planos de Saúde por mês

EM TODAS AS PARTES DO PAÍS

No Brasil:

Proprietary + Confidential



15%

58%

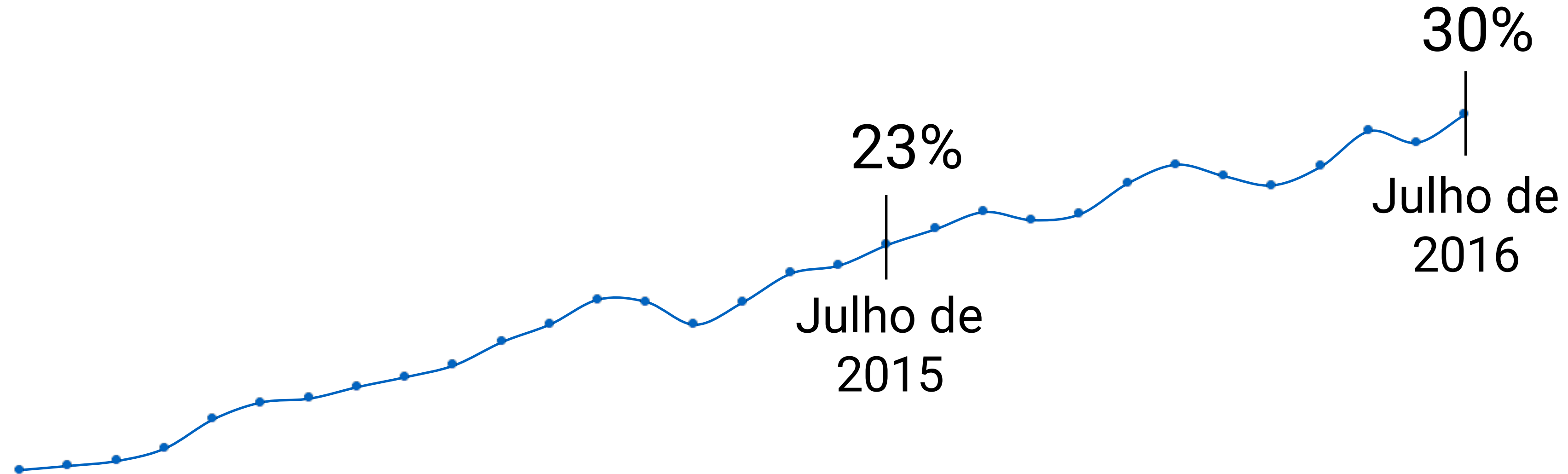
É o quanto **crescem** as
buscas por plano de
saúde em Mobile



30%

É a **representação** das
buscas por Plano de
Saúde em **Mobile**

30% das buscas por seguros está no mobile

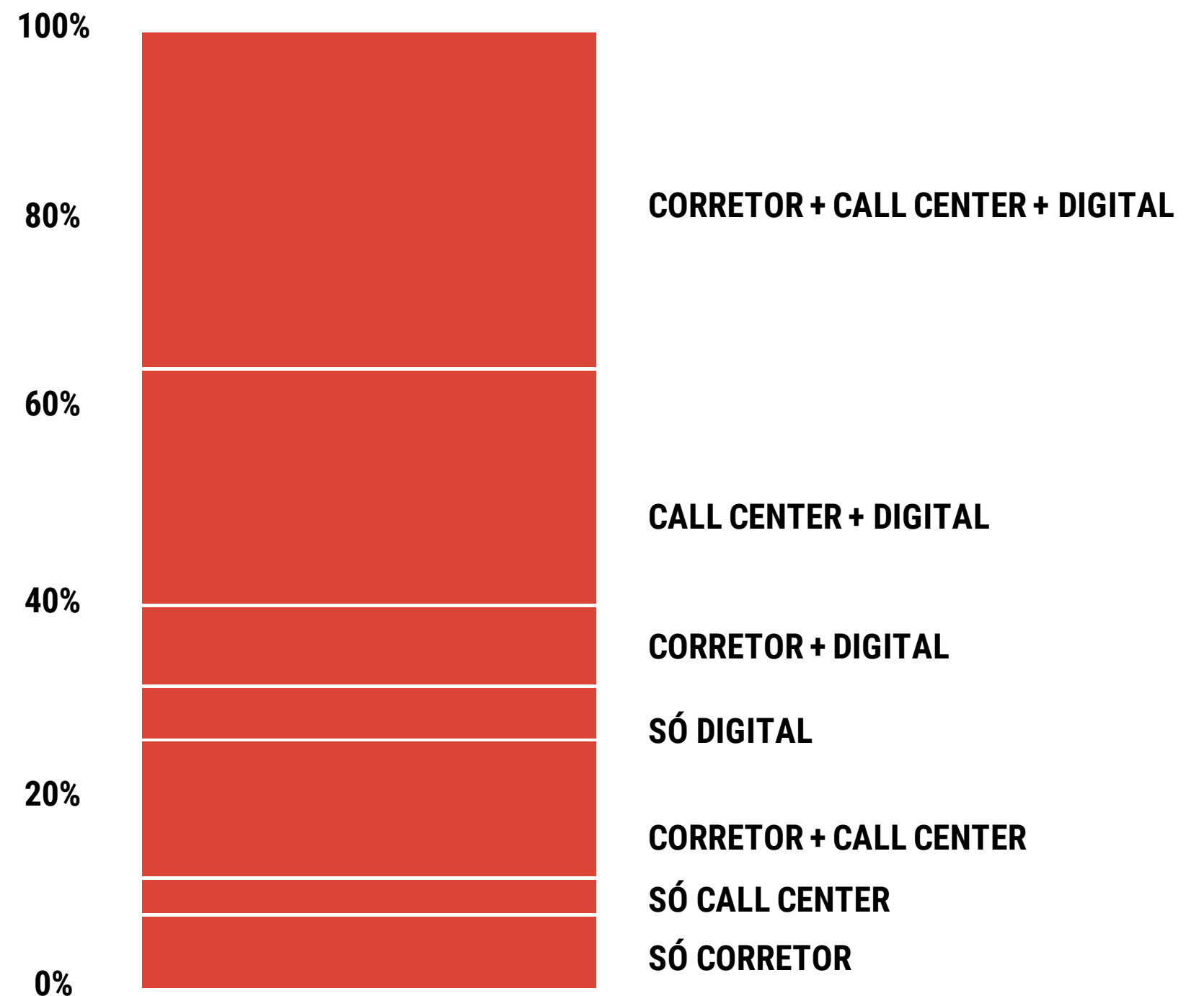




Qual a nossa relação
com estas mudanças?

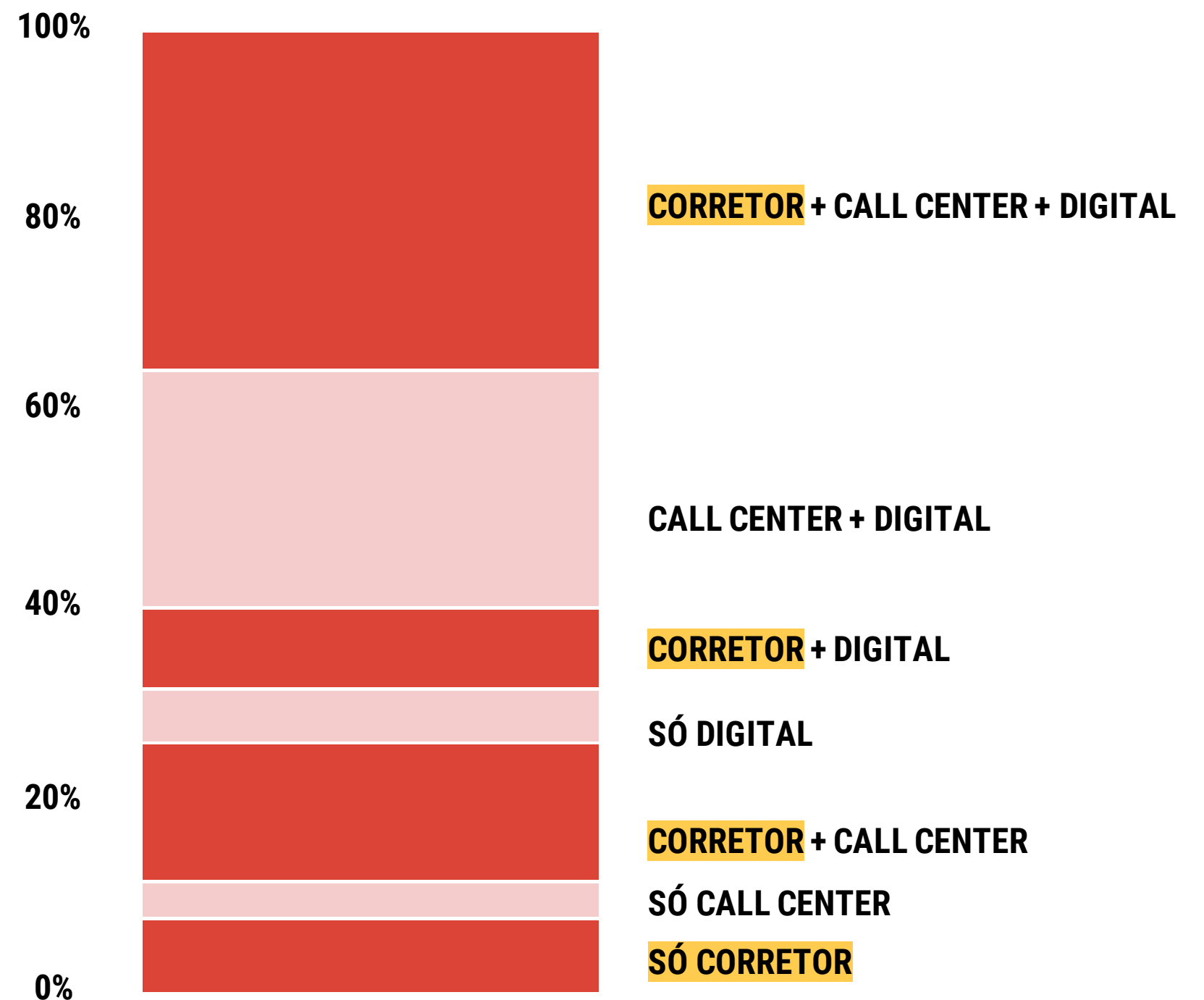
IMPORTÂNCIA DE CADA CANAL NA LEALDADE

% DE INTERAÇÕES DOS CLIENTES MAIS LEAIS



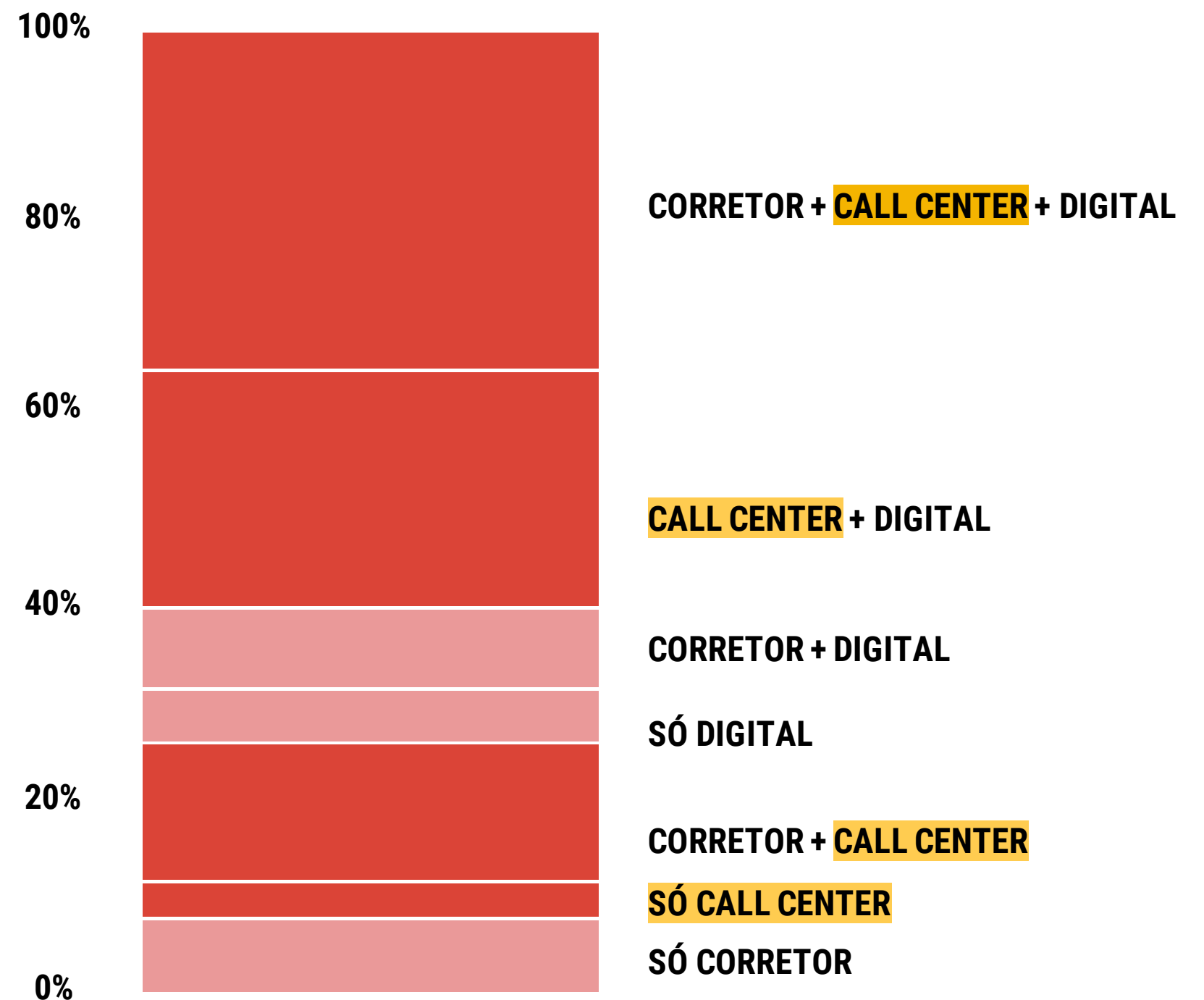
IMPORTÂNCIA DE CADA CANAL NA LEALDADE

% DE INTERAÇÕES DOS CLIENTES MAIS LEAIS



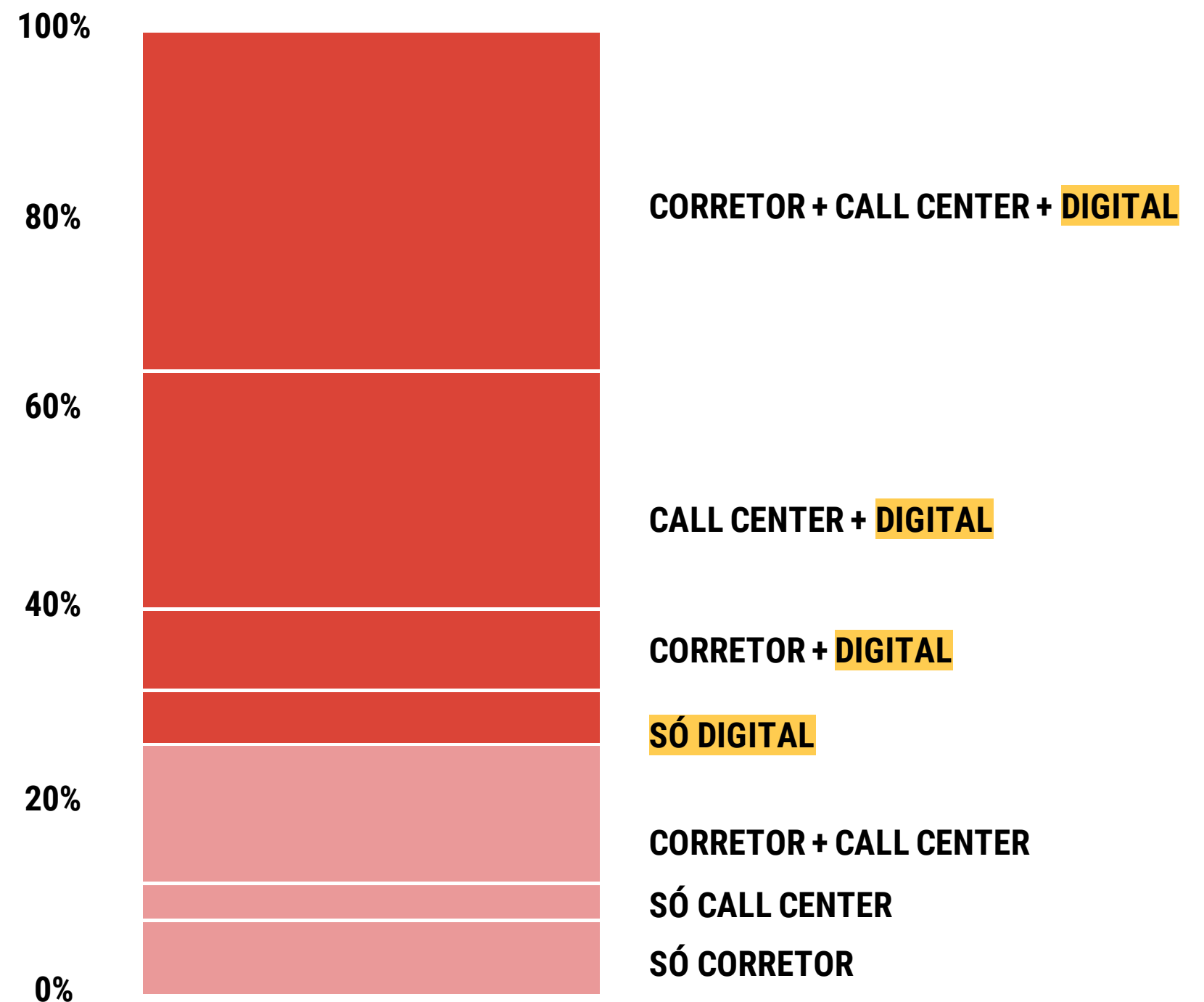
IMPORTÂNCIA DE CADA CANAL NA LEALDADE

% DE INTERAÇÕES DOS CLIENTES MAIS LEAIS

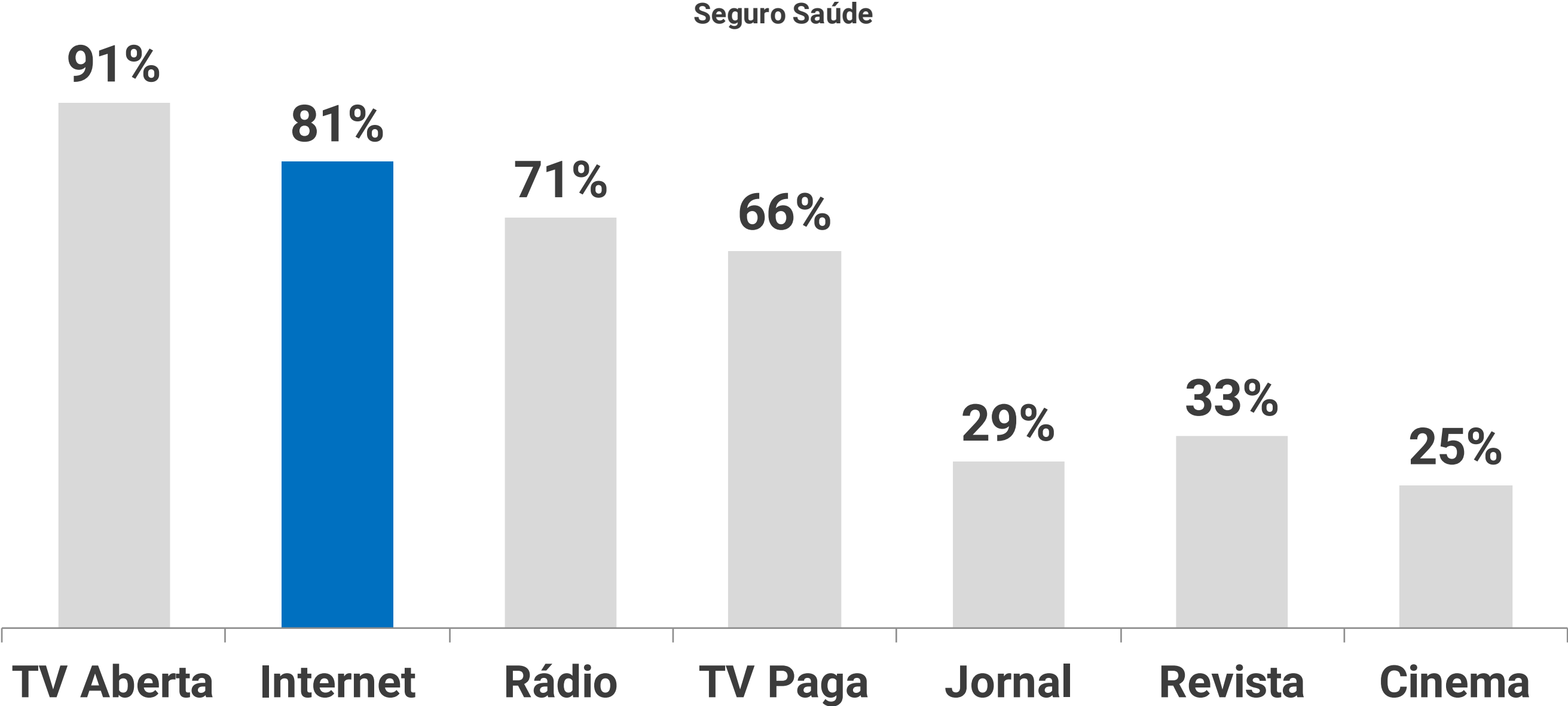


IMPORTÂNCIA DE CADA CANAL NA LEALDADE

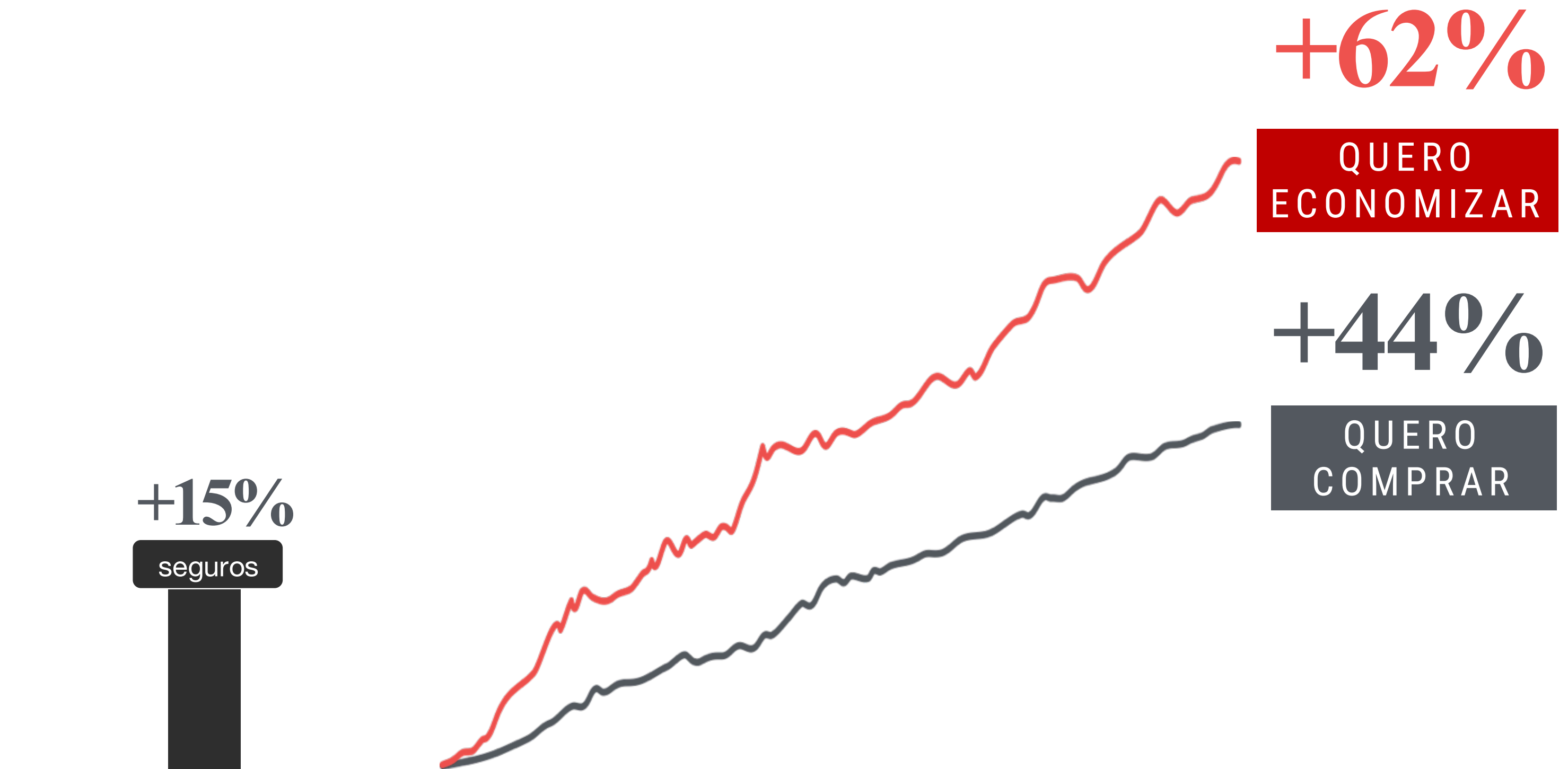
% DE INTERAÇÕES DOS CLIENTES MAIS LEAIS



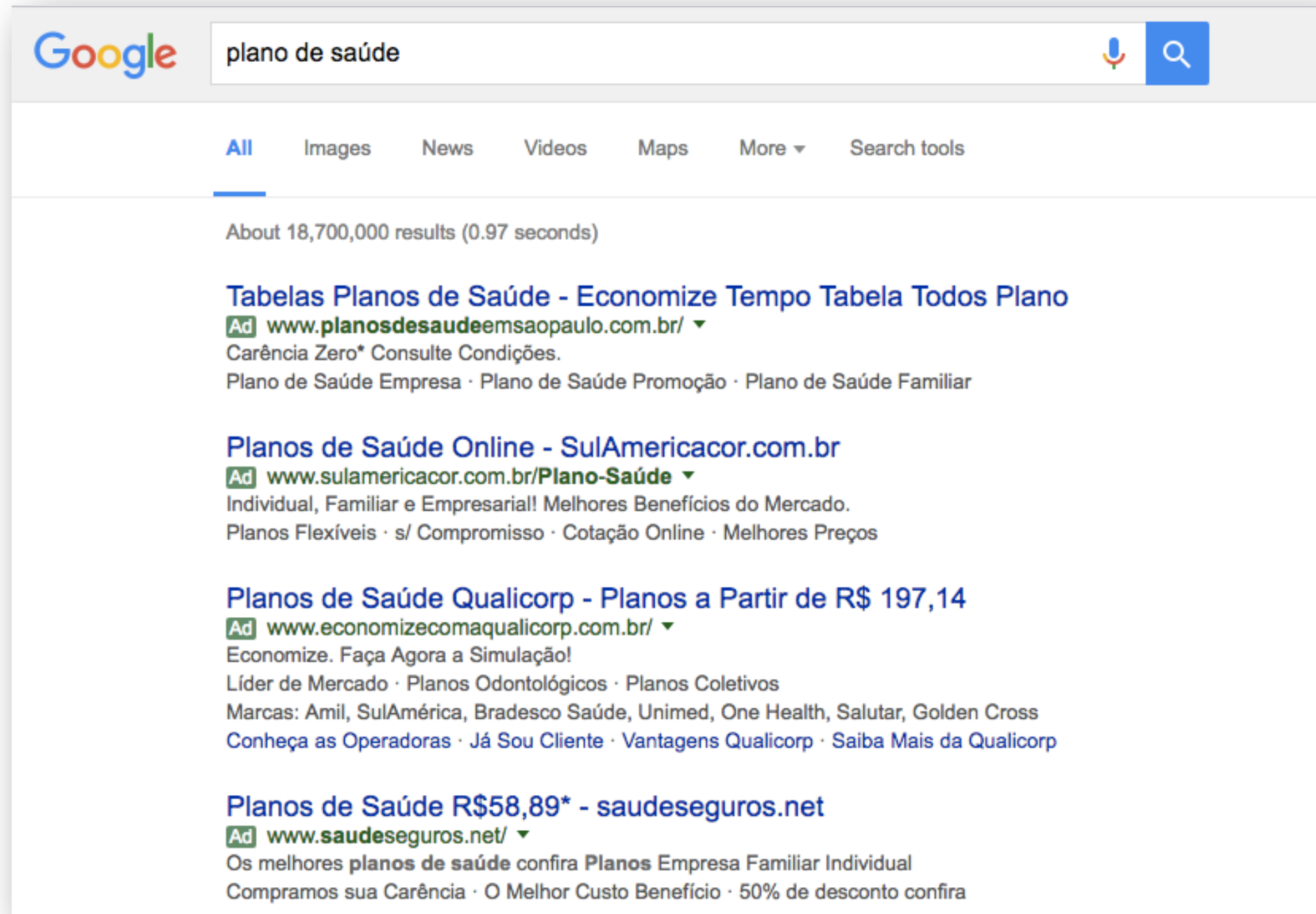
Penetração de cada meio junto as pessoas que contrataram Seguro / Plano de Saúde



Em anos de crise, o uso da web para tomar decisões se acentua ainda mais



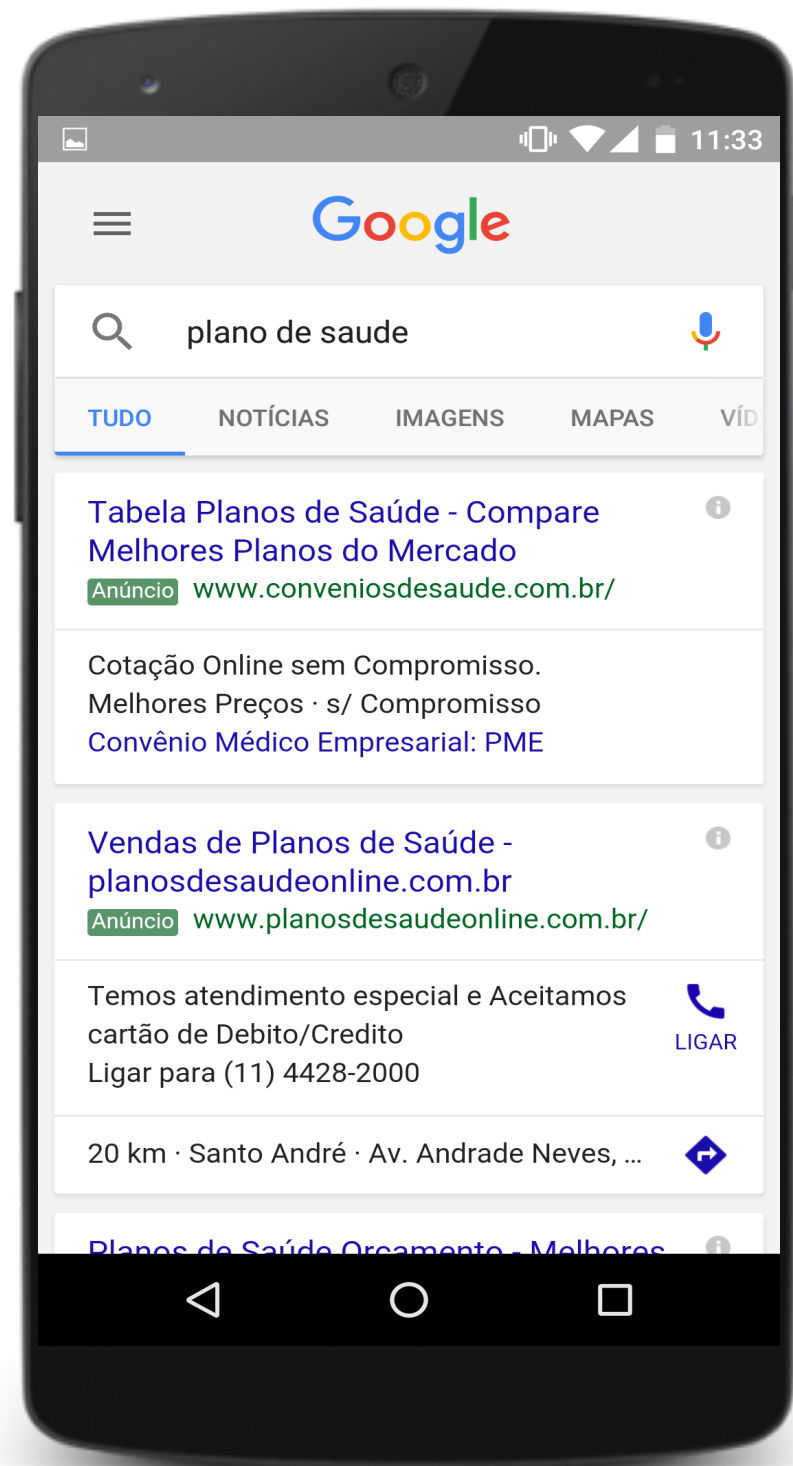
A Busca é a Prateleira Digital



Prateleira Digital

- 1 Esteja presente quando consumidores buscarem seus produtos
- 2 Tenha a melhor oferta e o melhor anúncio
- 3 Ocupe maior espaço possível
- 4 Esteja na melhor posição

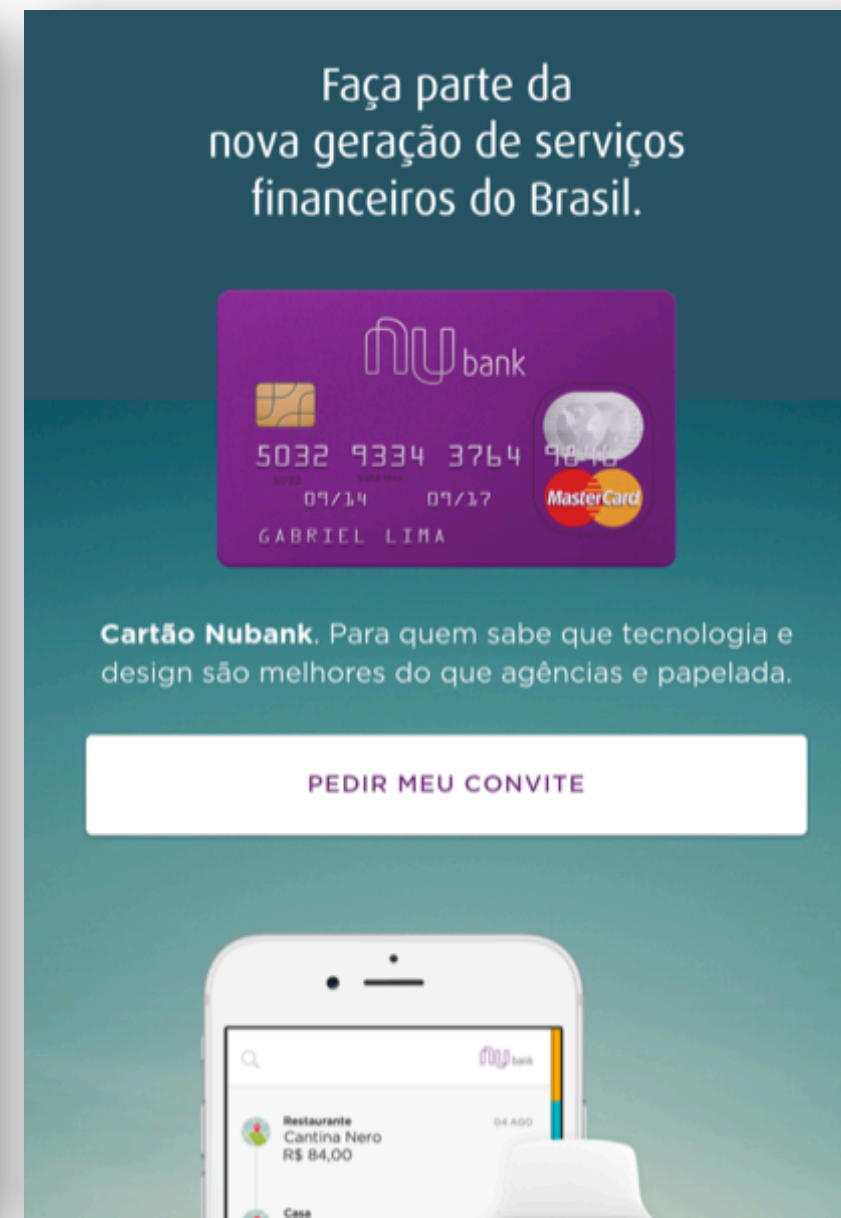
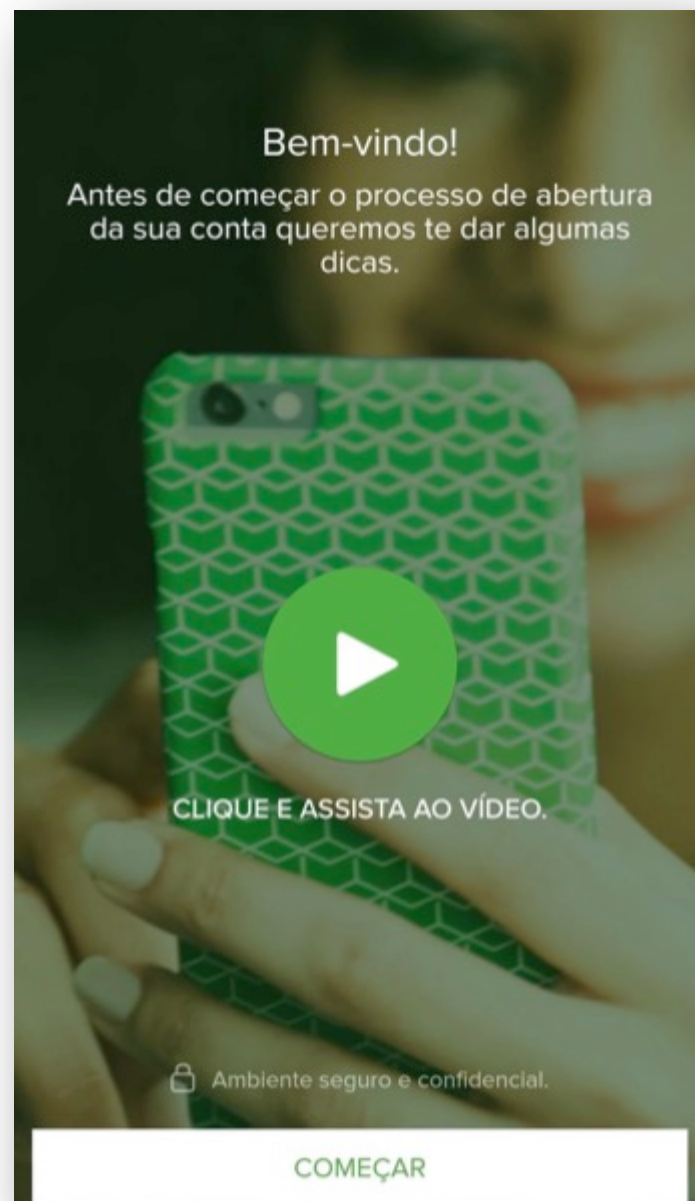
A Busca é a Prateleira Digital



Prateleira Digital

- 1 Esteja presente quando consumidores buscarem seus produtos
- 2 Tenha a melhor oferta e o melhor anúncio
- 3 Ocupe maior espaço possível
- 4 Esteja na melhor posição

Startups de finanças estão se aproveitando desta lacuna para capturar parte da demanda

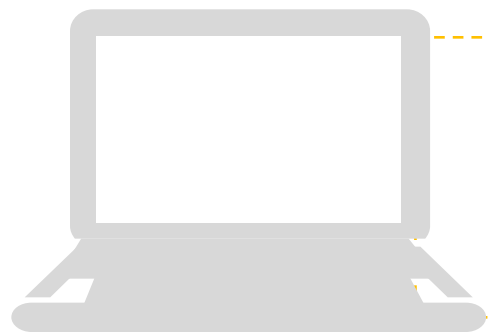


A Busca é a Prateleira Digital para o B2B



Quais fontes de informação utilizam?

Internet e **contato com fornecedores** são consideradas as **principais fontes** de informação utilizadas na compra



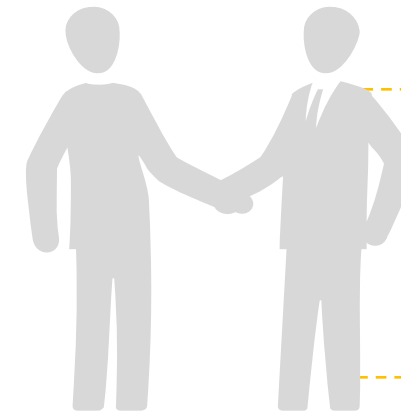
Internet

61%

Compra grande

48%

Compra pequena



Contato com
fornecedores

31%

Compra grande

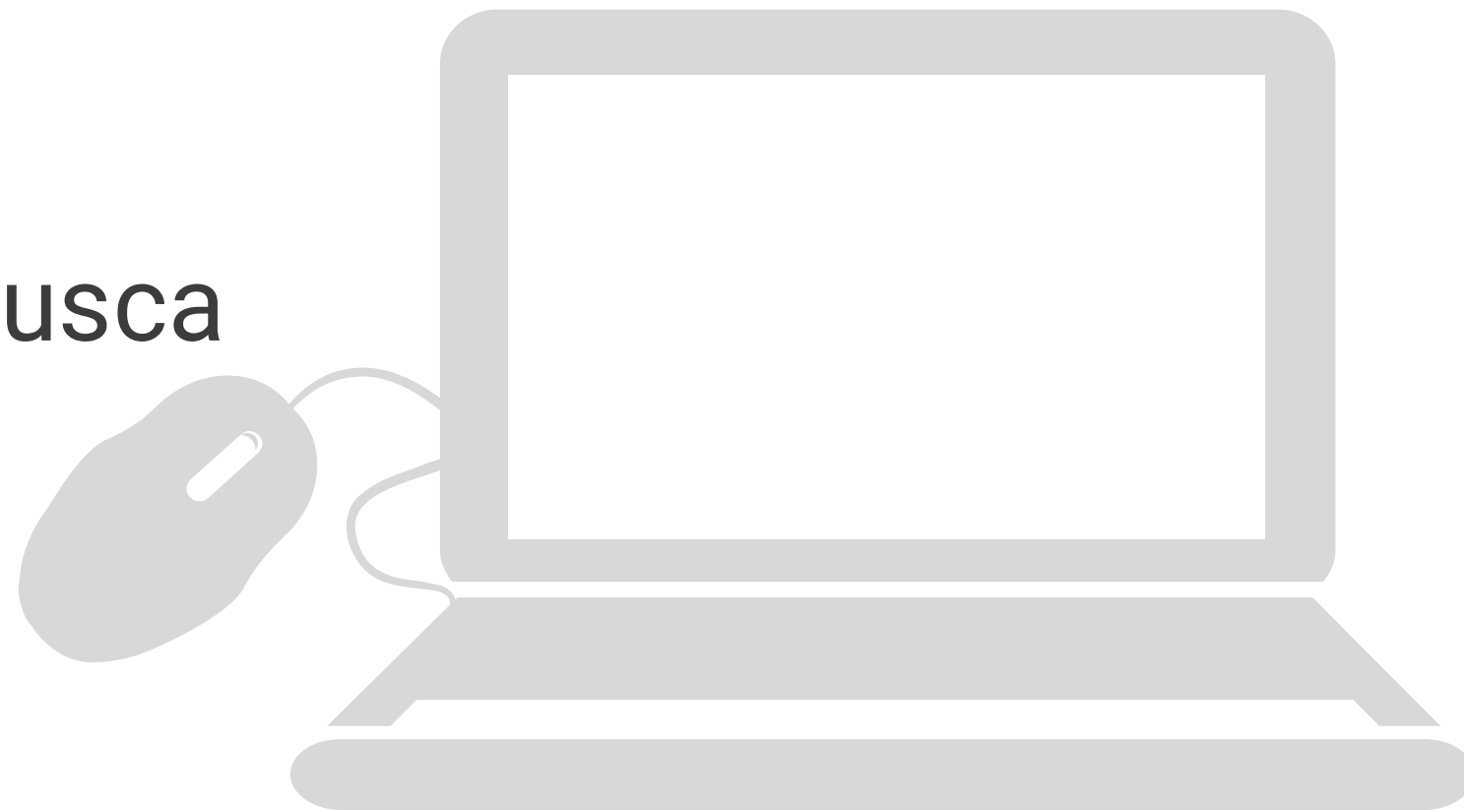
42%

Compra pequena

O que fazem na internet para buscar informações?

91%

Usam sites de busca



83%

Buscam em sites da
marca do fabricante

E como realizam essa busca pela Internet?



84%

Pela especificação do produto ou serviço



59%

Faz uma busca genérica pela categoria do produto/serviço que quer contratar



50%

Pelo nome da empresa/fabricante



2%

Outra forma

E como realizam essa busca pela Internet?



On average, B2B influencers do 12 searches prior to visiting a specific brand's site

E como realizam essa busca pela Internet?

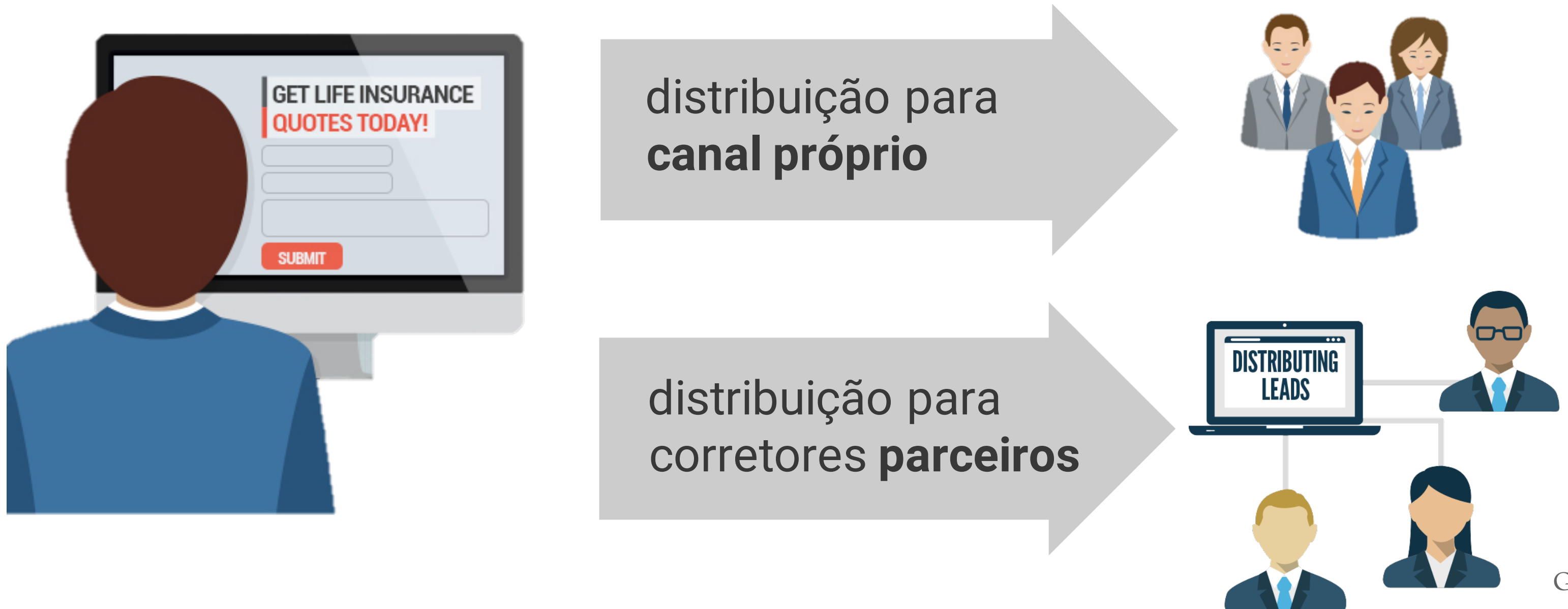
48%



91% de
crescimento

Seguradoras podem utilizar 2 estratégias principais de captura da demanda

1. Captura pela **seguradora**:



Seguradoras podem utilizar 2 estratégias principais de captura da demanda

2. Empoderamento do **corretor**:



corretor 1



corretor 2



corretor 3



corretor 4



SEGURADORA

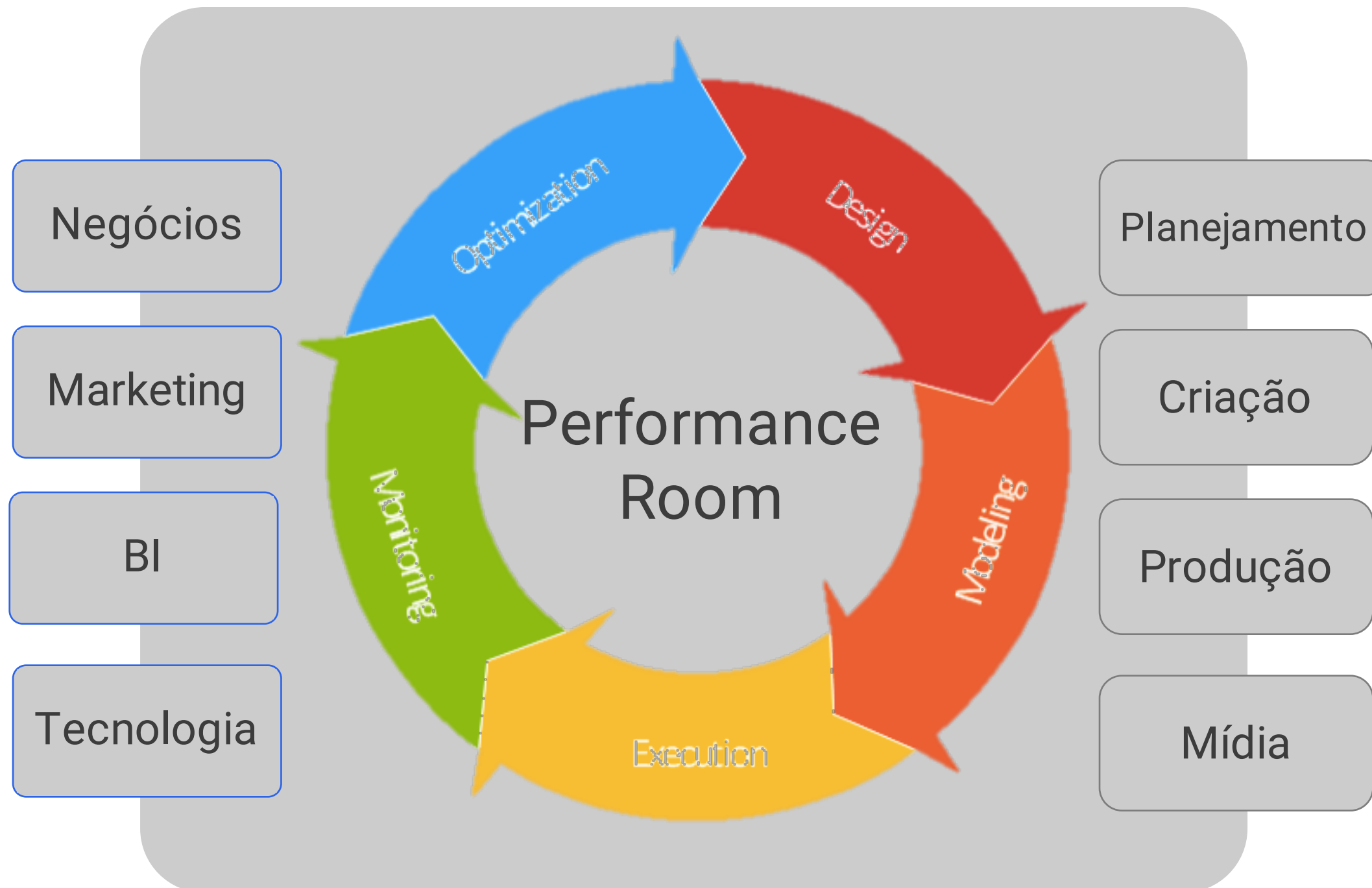
► Capacitação

► Tecnológica

► Marca

► Governança

Mercado está criando novas estruturas especializadas em operar iniciativas de performance



Guiding Principles:

- ▶ “No Silos”
- ▶ Lean Process
- ▶ Real Time
- ▶ Budget Zero
- ▶ Tecnologia Integrada
- ▶ Cadência

O **digital** está além
do marketing

Esteja **presente**
em todas as telas

O **B2B** está
digitalizado

Obrigado

Bruno Lopes – brunolopes@google.com