

MAPFRE investe no atendimento multicanal apoiado por IA



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Com a plataforma da Zenvia, a seguradora reduziu em até 55% o tempo gasto pelo cliente para solicitar serviço de assistência pelo canal digital, em comparação ao telefone

Pensando em oferecer uma experiência ainda mais conectada e satisfatória aos consumidores, a MAPFRE, uma das maiores empresas do mercado segurador e financeiro do mundo, identificou a importância de digitalizar sua operação de atendimento e assistência ao cliente. Visando aumentar a eficiência da operação e oferecer um serviço de excelência ao segurado, a empresa escolheu a plataforma de experiências da Zenvia para essa missão.

Acompanhando as maiores novidades no mercado de customer experience, foram criadas novas jornadas de atendimento digital e chatbots totalmente integradas com a inteligência artificial. Para solicitações referentes ao sinistro (acontecimento de um risco coberto pelo seguro, como acidentes), o cliente do seguro de automóveis da MAPFRE pode acelerar o processo e realizar o contato diretamente via canal digital.

Dessa forma, o solicitante consegue economizar tempo, tendo seu pedido atendido o mais rápido possível e sem a perda de qualidade no contato. Segundo a pesquisa de NPS da seguradora, a nota dada ao bot de atendimento da Zenvia se aproximou muito do contato humano, o que indica a satisfação com o processo. Do lado da MAPFRE, para mitigar erros e sempre garantir que a melhor resposta será oferecida, é feita uma extensa curadoria e treinamento sobre a solução.

Para a atualização do status de solicitações de sinistro de automóvel em aberto, a empresa também implementou uma jornada de comunicações automatizadas que agilizam o processo para os dois lados. Dessa forma, a empresa pode, por WhatsApp, trazer as informações sobre novidades do caso, solicitar um documento faltante ou até direcionar o usuário para a oficina que fará o conserto do veículo.

"O atendimento ágil proporcionado pelos canais digitais da MAPFRE representa uma mudança importante na forma como os clientes e segurados experienciam o setor de seguros. A capacidade de acessar informações, efetuar solicitações e acionar assistência de maneira rápida e conveniente, a qualquer hora e em qualquer lugar, transforma a experiência do usuário. A agilidade não apenas permite a economia do tempo, mas também reduz a ansiedade e estresse que, frequentemente, acompanham situações de sinistro ou necessidade de suporte. A MAPFRE compreende que, na ótica do cliente, o atendimento ágil através de canais digitais é uma demonstração do compromisso em tornar o mundo dos seguros mais acessível, transparente e adaptado às necessidades individuais", afirmou Patrícia Rossi, Diretora do Centro de Serviços Compartilhados, Processos e Automação na MAPFRE.

O resultado da inclusão da multicanalidade para solicitação de assistência, no primeiro semestre de 2023, por meio da plataforma da Zenvia, foi considerável. Comparado ao telefone, o cliente economiza 55% do tempo para abrir uma solicitação de assistência pelo canal digital. Além disso, no caso do

chatbot da jornada de sinistros de automóveis, cerca de 85% dos consumidores responderam que a jornada de autoatendimento foi satisfatória. Ao todo, no primeiro semestre de 2023, 88% dos acessos ao bot vieram diretamente pelo WhatsApp.

Ganhos importantes para a operação da MAPFRE com a Zenvia

Para a operação interna da MAPFRE, as melhorias também tiveram um importante impacto. Com a digitalização do processo de atendimento, os clientes conseguem resolver casos mais simples de forma autônoma e com a ajuda do chatbot apoiado por IA. Isso permite que o time de suporte dê atenção a tarefas mais táticas e estratégias, assim como casos mais complexos e que exigem o contato humano, o que torna toda a operação mais eficiente e rentável.

Como resultado, a seguradora registrou uma redução de 28% no transbordo do chatbot para o atendimento humano. No lado dos corretores de seguro, os contatos por WhatsApp já representam 70% da quantidade total, o que também é uma importante ferramenta de eficiência aos profissionais.

Luca Bazuro, Chief Revenue Officer (CRO) da Zenvia, celebrou o sucesso das implementações da plataforma Zenvia na seguradora. 'Aqui na Zenvia, sempre reforçamos a importância de promover uma experiência fluida e conectada com a inovação. Em parceria com a MAPFRE, conseguimos evoluir a inteligência artificial nos diversos canais para impactar, de forma positiva, toda a jornada dos clientes da seguradora. Estamos muito satisfeitos com os resultados alcançados!'

Sobre a ZENVIA

A Zenvia é uma plataforma de experiência do cliente que empodera as empresas a criar experiências únicas ao longo de toda a jornada do cliente, passando pelo momento da atração, conversão, atendimento até o sucesso do consumidor.

Com 20 anos de experiência e mais de 12 mil clientes, a Zenvia é a primeira empresa SaaS da América Latina a abrir capital na Nasdaq, em Nova York.

Para saber mais, acesse o nosso site e confira os nossos perfis no LinkedIn, Instagram, TikTok e YouTube.

Sobre a MAPFRE

No País desde 1992, a MAPFRE é um grupo multinacional que forma uma das maiores companhias de prestação de serviços nos mercados segurador e financeiro. No primeiro semestre de 2023, suas receitas globais atingiram 17 bilhões de euros. Especialista em suas áreas de negócio, atua no Brasil em seguros, previdência, investimentos, **consórcios**, capitalização e assistência a residências e veículos.

Com o propósito 'Cuidamos do que é importante para você', a MAPFRE está ao lado de mais de 31 milhões de clientes e 32 mil colaboradores em todo o mundo. A companhia ainda adota compromissos internacionais como os Princípios para a Sustentabilidade em Seguros (PSI) e integra o Pacto Global da ONU (Organização das Nações Unidas), além de manter a Fundación MAPFRE, instituição sem fins lucrativos, que promove e investe em iniciativas e pesquisas voltadas ao bem-estar social. Para mais informações sobre a companhia acesse este link.

Assuntos e Palavras-Chave: ABAC - Consórcios