

CASE
BB SEGURO VIDA

O produto BB Seguro Vida é um caso típico de indução de um único canal de venda, ou seja, os Terminais de Auto Atendimento do Banco do Brasil. Com este produto não foram utilizados os tradicionais corretores e toda a argumentação da comunicação foi no sentido de demonstrar o produto e motivar o comprador (correntista do Banco do Brasil) a adquiri-lo diretamente.

O preço também exprime esta estratégia já que não contempla as comissões de venda, transferindo esta redução para o comprador. Além disso, o marketing colocado em prática pela Companhia de Seguros Aliança do Brasil prioriza a comunicação direcionada para apresentar a mesma promessa de imagem determinando o desejo e a oportunidade de compra.

O produto BB Seguro Vida foi desenvolvido com base em pesquisa realizada pelo Instituto Vox Populi. E voltado para clientes de menor poder aquisitivo. O BB Seguro Vida foi estruturado de acordo com as coberturas e benefícios mais solicitados pelas pessoas ouvidas durante a pesquisa.

Com duas opções de plano, o BB Seguro Vida custa a partir de R\$ 6,79 por mês e oferece cobertura de até 15 mil para morte natural e acidental. Além disso, o cliente conta com assistência funeral de até R\$ 3 mil e serviços de descontos em medicamentos e de orientação jurídica.

O BB Seguro Vida, seguro de vida que oferece a melhor relação custo-benefício do mercado, foi lançado em julho de 2004, e em poucos dias, o produto ultrapassou a marca de 20 mil apólices comercializadas.

O BB Seguro Vida é um produto da Companhia de Seguros Aliança do Brasil, comercializado pela BB Corretora de Seguros e Administradora de Bens S.A.

O posicionamento do BB Seguro Vida é ser um produto prático, de rápida contratação, sem burocracia e com preço acessível.

O BB Seguro Vida oferece dois tipos de plano:

Plano Básico: cobertura para Morte Natural ou Acidental e Assistência Funeral que providencia os serviços funerais.

Plano Total: cobertura para Morte Natural ou Acidental, cobertura Indenização Extra, Assistência Funeral que providencia os serviços funerais, inclusive o traslado. Além disso, oferece os serviços de Farmácia em Casa com desconto em medicamentos e Orientação Jurídica, que o ajudarão em situações do dia-a-dia.

Qualquer pessoa com idade entre 18 a 60 anos completos, pode adquirir o BB Seguro Vida e garantir toda proteção e segurança para si e para a sua família.

Considerando-se as características do consumidor e as dúvidas que normalmente surgem com o lançamento de um novo produto, a Companhia Aliança de Seguros optou por focar a sua comunicação segundo o modelo didático de perguntas e respostas, abordando questões como:

Qual é a finalidade do BB Seguro Vida?

Garantir o pagamento de indenização ao beneficiário do seguro, caso o segurado venha a falecer em decorrência de morte natural ou acidental.

Quais são as coberturas do BB Seguro Vida?

A Cobertura Básica de Morte Natural e Acidental, oferecida nos Planos Total e Básico, garante o pagamento de indenização ao beneficiário do seguro, em caso de morte natural ou acidental do segurado.

A Cobertura Complementar Indenização Extra, presente apenas no Plano Total, garante o pagamento de indenização extra ao beneficiário do seguro, no caso de morte do segurado de forma natural ou acidental.

Quais são os riscos excluídos das coberturas do BB Seguro Vida?

Estão expressamente excluídos das coberturas do BB Seguro Vida os eventos relacionados a, ou ocorridos em consequência: do uso de material nuclear para quaisquer fins, incluindo a explosão nuclear provocada ou não, bem como a contaminação radioativa, ou a exposição a radiações nucleares ou ionizantes; de atos ou operações de guerra, declarada ou não, de guerra química ou bacteriológica, invasões, atos militares, hostilidades, de guerra civil ou guerrilha, de revolução, agitação, motim, revolta, sedição, sublevação ou outras perturbações da ordem pública e delas decorrentes; exceto se decorrente de prestação de serviço militar ou atos de humanidade em auxílio de outrem; de lesões ou doenças preexistentes à contratação do seguro não declaradas na declaração pessoal de saúde; da tentativa ou consumação de suicídio e suas consequências, ocorridos antes de completados dois anos ininterruptos do início da respectiva cobertura individual; de danos e perdas causadas direta ou indiretamente por ato terrorista, cabendo à seguradora comprovar com documentação hábil, acompanhada de laudo circunstanciado que caracterize a natureza do atentado, independente de seu propósito, e desde que este tenha sido devidamente reconhecido como atentatório à ordem pública pela autoridade pública competente.

O BB Seguro Vida é um dos produtos mais baratos do mercado, e tende a baratear ainda mais já que o Decreto nº 5.172, de 06.08.2004 reduziu de 7% para 4% a alíquota de IOF (Imposto sobre Operações Financeiras), a partir de 01.09.2004.

Nos próximos anos, a redução continuará, de forma gradativa, até a alíquota ser extinta em 01.09.2006.

Essa medida reduzirá o valor da sua parcela mensal.

OS RESULTADOS: UM GRANDE SUCESSO DE VENDAS VIA TAA

O BB Seguro Vida é destinado ao público com renda até R\$ 1 mil reais. É um seguro popular. Sua contratação é feita no terminal de auto-atendimento (caixa eletrônico) do BB. Alguns clientes contratam direto com o gerente, mas o objetivo é que todas as contratações sejam feitas por modo eletrônico (Terminal de Auto Atendimento TAA).

Toda a comunicação foi pré-testada, para a definição da estratégia mais adequada para chamar a atenção dos clientes. Assim, foram produzidos móveis, totens, folders e cartazes para ficarem expostos no hall de auto atendimento das agências. Isso para que o cliente visse o produto e contratasse no terminal. Além disso foram confeccionadas pranchetas com material explicativo para os funcionários do BB que ficam no hall prestando ajuda aos clientes (funcionários com o jaleco “Posso Ajudar?”).

Nesse sentido, o BB Seguro Vida é um sucesso. Já que o objetivo é realizar o maior numero possível de contratações via TAA.

O BB Seguro Vida registrou até julho um total de 104.133 apólices comercializadas.

Quantidade de apólices comercializadas pelo TAA (Terminal de Auto Atendimento) no mesmo período 64.626, ou seja, 62,6%.

Criada em junho de 1997, a Aliança do Brasil já é uma das mais importantes empresas de seguros na cobertura de riscos pessoais e patrimoniais, oferecendo seguros de vida, residenciais, empresariais, rurais entre outros. Sua atuação abrange todo o país por meio do oferecimento de seus produtos nas agências do Banco do Brasil, ou seja, mais de 12 mil pontos de atendimento, sendo 3.200 agências em todo o País.

A carteira de riscos pessoais da companhia soma, atualmente, mais de 2 milhões de vidas. Em outros ramos, mais de 265 mil clientes. A Aliança do Brasil é líder no segmento de seguros de vida femininos com 210 mil apólices do BB Seguro Vida Mulher vendidas em 18 meses.

No primeiro semestre de 2004, a Aliança do Brasil registrou lucro líquido de R\$ 60 milhões e prêmios emitidos, líquidos de R\$ 501,6 milhões com alta de 40% na comparação com o primeiro semestre de 2003. O retorno anualizado sobre o patrimônio líquido foi de 78,4%, configurando a Aliança do Brasil como a seguradora número um em rentabilidade.

A Companhia de Seguros Aliança do Brasil, uma das mais atuantes empresas do mercado segurador e tem como acionistas o Banco do Brasil (maior conglomerado financeiro do País) e a Companhia de Participações Aliança da Bahia, uma das mais antigas seguradoras do Brasil.

Com uma diversificada carteira de produtos composta por mais de 20 seguros dos ramos Vida e Ramos Elementares, a Aliança do Brasil oferece soluções que atendem às necessidades de pessoas físicas e jurídicas, comercializando seus produtos na rede de agências Banco do Brasil e por meio de corretores.

Missão

Oferecer soluções de seguros que satisfaçam às necessidades do cliente.

Crenças

Respeito a princípios éticos e transparência de conduta com as partes relacionadas;

Atuação pró-ativa e focada no cliente;

Qualidade nos processos, no relacionamento interno e no atendimento aos clientes;

Capital humano como diferencial competitivo;

Trabalho em equipe como fator de integração e produtividade;

Valorização do trabalho inovador;

Determinação como postura frente aos obstáculos;

Responsabilidade como padrão de comportamento;

Gestão com foco no resultado e no atendimento às expectativas dos acionistas;

Solidez, confiança e modernidade são atributos de nossa marca.

Visão

Somos uma empresa da qual se orgulham clientes, acionistas, empregados, fornecedores e a comunidade onde estamos inseridos, fruto da competência técnica e gerencial das pessoas que a compõem.

Reconhecida como a melhor companhia de seguros nos ramos onde atuamos, buscamos oferecer produtos de alto padrão de qualidade, comprovado pelo grau de satisfação de nossos clientes e pela geração de retornos consistentes aos nossos acionistas.

Somos líderes em faturamento no ramo vida e estamos entre as cinco maiores seguradoras em ramos elementares, resultado da atratividade dos produtos oferecidos, da tecnologia e criatividade utilizadas, diversidade e distribuição de pontos de venda e atendimento ágil e diferenciado.

Nossos empregados são altamente capacitados e comprometidos, resultado de uma política de recursos humanos que possibilita a atração e manutenção de pessoal qualificado e de uma gestão que valoriza as pessoas.

Nossa estrutura de controles e de informações gerenciais disponibiliza, de forma tempestiva, dados e informações sobre clientes, mercados, pessoas, fornecedores, produtos e processos, favorecendo a tomada de decisão.

Por tudo isso, nossa Companhia tem lucratividade superior à média das cinco maiores seguradoras do Brasil.

Companhia de Seguros Aliança do Brasil
Rua Manoel da Nóbrega, 1280 9º andar
Responsável pelo Case: Hugo Paiva Gerente de Marketing
Telefone: (11) 3888-2729
E-mail: hamaral@aliancadobrasil.com.br