

# Ivo Luiz Soares Neto

## Justos - Take-Home Assignment

### Breve descrição

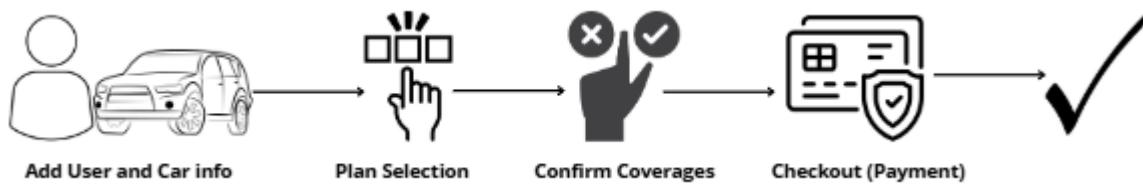
A Justos Seguros é uma insurtech brasileira que busca transformar o mercado de seguros de automóveis adotando uma abordagem centrada no cliente e impulsionada pela tecnologia. Com um modelo inovador, a empresa utiliza dados de comportamento no trânsito para oferecer seguros mais justos e personalizados, recompensando motoristas responsáveis com preços acessíveis. Além disso, a Justos também se destaca pelo compromisso com a transparência, simplicidade e impacto positivo na sociedade, promovendo uma cultura de segurança e responsabilidade no trânsito.

### Descrição do case

O caso consistiu em analisar dados de aquisição de clientes e registros de sinistros, com o objetivo de identificar possíveis falhas nos processos operacionais e estratégicos da empresa. Com base nessa análise, buscou-se entender as causas desses problemas e propor soluções baseadas em dados que contribuam para a melhoria dos resultados, seja em eficiência, redução de riscos ou experiência do cliente. O trabalho enfatizou a importância de decisões orientadas por dados para fortalecer a competitividade e sustentabilidade do negócio.

### Processo de aquisição

Jornada do usuário:



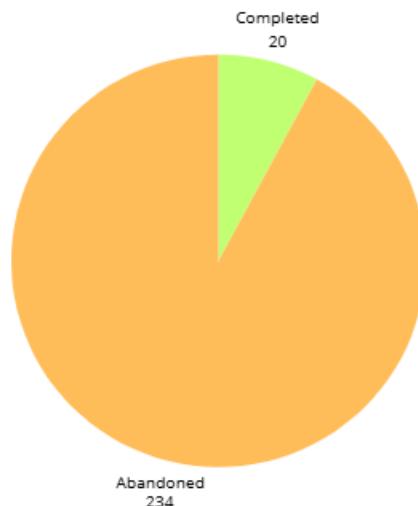
Podemos observar que há 4 etapas no processo de aquisição de clientes, que são: Adicionar informações do usuário e do carro, Seleção do plano, Confirmação das coberturas e Checkout (Pagamento), nessa ordem.

## JUSTOS

The screenshots illustrate the user journey:

- Add User and Car info:** Requests user information (Name, Surname, CPF, CEP, Phone) and car details (Placa do carro). Includes a note about a referral code.
- Plan Selection:** Shows a plan selection screen with a 'Mais Popular' option for R\$ 165,41/mês. It lists various coverage options like 'Assistência 24h' and 'Assistência de Vidros'.
- Confirm Coverages:** Lists selected coverages with checkboxes.
- Checkout (Payment):** A summary screen with payment details (R\$ 165,41) and a 'Continuar' button.
- Success Message:** 'PARABÉNS! VOCÊ ENTROU PRA REDE DA JUSTOS!' followed by a note about the active insurance and a link to the app.

Análise dos dados para localizar falhas e encontrar possíveis soluções.



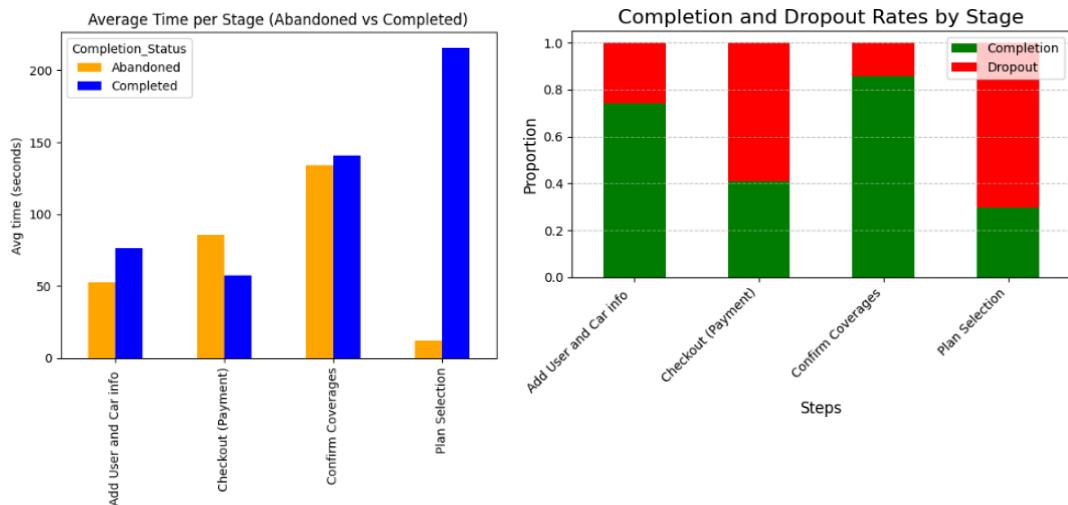
A taxa de conversão entre os clientes é inferior a 10%, um índice baixo e que exige estudo para melhorias.

Step	Time (seconds)
Add User and Car info	70,3
Plan Selection	72,8
Confirm Coverages	139,94
Checkout (Payment)	74,1

Step	Completed (%)
Add User and Car info	74%
Plan Selection	29,78%
Confirm Coverages	85,71%
Checkout (Payment)	40,8%

Há uma queda significativa nas etapas "Plan Selection" and "Checkout (Payment)" indicando pontos críticos no funil.

Step	Completed (seconds)	Abandoned (seconds)
Add User and Car info	76.48	52.69
Plan Selection	215.58	12.22
Confirm Coverages	140.96	133.875
Checkout (Payment)	57.45	85.72



Na etapa de Plan Selection, que apresenta a maior taxa de abandono, os usuários que desistem gastam apenas 12 segundos, provavelmente devido à alta complexidade da página.

- Usuários que abandonam a Plan Selection passam muito pouco tempo (12,2 s), indicando uma barreira inicial nessa etapa.
- O tempo médio gasto por quem conclui a Plan Selection é significativamente alto (215,6 s), sugerindo um processo complexo ou confuso.
- No Checkout (Pagamento), os usuários que abandonam gastam mais tempo (85,7 s) do que aqueles que concluem (57,5 s), indicando dificuldades ou frustrações no final do processo.

## Oportunidades e soluções

### Que problema estamos resolvendo e por quê?

Identificados os problemas de altas taxas de abandono nas etapas Seleção do Plano e Checkout (Pagamento), é necessário buscar alternativas que permitam maior aproveitamento dessas etapas, solucionando esses pontos críticos no funil.

Também buscamos resolver o problema de abandono da aba Seleção do Plano, pois há um longo tempo para concluir as etapas finalizadas e um tempo muito curto quando abandonadas. Assim, propomos um sistema que apresente soluções mais rápidas, otimizando o tempo e alcançando maior sucesso do cliente.

## Histórias de usuário

1 - “Quando vou criar minha conta em alguma plataforma, fico irritado ao ter que completar várias etapas antes mesmo de acessar a plataforma, o que me faz desistir de criar minha conta.”

2 - “Quando estou escolhendo um plano para algo importante, fico ansioso com o bombardeio de informações para ler e gosto quando o plano é apresentado com soluções personalizadas.”

## Escopo das soluções

**1 - Dividir o processo de aquisição em 2 etapas:** A primeira etapa é o processo de “Adicionar informações do usuário e do carro” e “Informações de pagamento” (porém, sem cobrança, apenas salvando os dados). Depois disso, o usuário terá acesso à plataforma, onde se sentirá mais confiante para escolher seu plano de seguro e recursos adicionais com maior facilidade.

- **Benefícios:**

- Reduz a pressão para tomar uma decisão imediata.
- Aumenta a confiança do usuário ao permitir acesso à plataforma antes do pagamento.

**2. Simplificação e personalização da Seleção do Plano:** Criar um programa que, por meio de perguntas diretas, guie o usuário para o que deseja em seu plano e o direcione ao plano que melhor se adapta ao seu perfil.

- **Benefícios:**

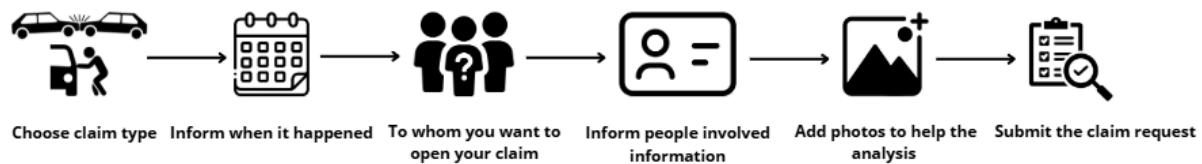
- Torna a experiência mais intuitiva.
- Melhora a percepção de personalização e atendimento ao cliente.
- Reduz o tempo gasto no processo, mantendo a atenção do usuário

## Como medir o sucesso?

- Na primeira solução, o sucesso será medido pela taxa de conversão na aquisição, analisando o impacto da divisão do processo em duas etapas no aumento ou redução desse indicador.
- Na segunda solução, os KPIs prioritários serão o tempo médio de processamento e a taxa de abandono durante o processo, buscando evidências de redução desses indicadores após a implementação.

## Processo de sinistros

Jornada de usuário



Podemos observar que há 6 etapas no processo de sinistros, que são: Choose claim type, Inform when it happened, To whom you want to open your claim, Informpeople involved information, Add photos to help the analysis and Submit the claim request, in that order.

**JUSTOS**

O QUE ACONTECEU?  
Meu carro foi roubado  
Me envolvei em um acidente  
Preciso de assistência para meu carro  
Preciso de assistência para minha casa  
Tive outro problema

CONTINUAR

QUANDO ACONTECEU?  
Data  
Hora aproximada

CONTINUAR

PARA QUIÉM VOCÊ GOSTARIA DE AÇÃOAR O SEGURO?  
Para mim  
Para os demais envolvidos no acidente

CONTINUAR

POR FAVOR, NOS PASSE AS INFORMAÇÕES DA PESSOA ENVOLVIDA  
Nome  
Telefone  
Placa do carro

CONTINUAR

ADICIONAR OUTRA ENVOVIMENTO  
Inform people involved information

OUTROS  
Qualquer outro documento que possa me ajudar no caso

CONTINUAR

SEU PEDIDO DE SINISTRO FOI ABERTO  
Já recebemos seu pedido de sinistro e vamos analisar as informações enviadas.  
Agora, você precisa escolher uma oficina e agendar a vistoria do seu carro.

Número do protocolo:  
#542

Submitted the claim request

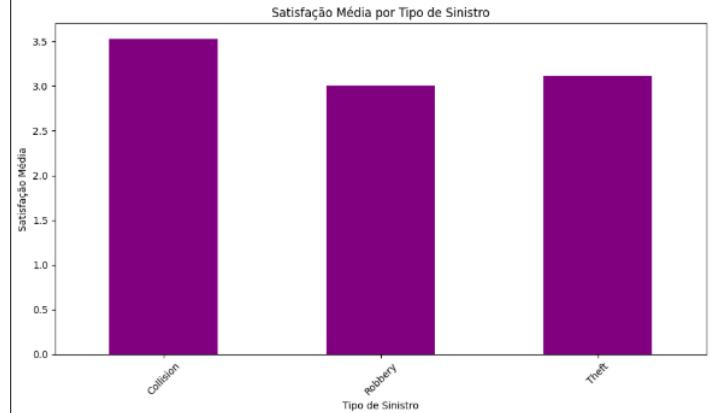
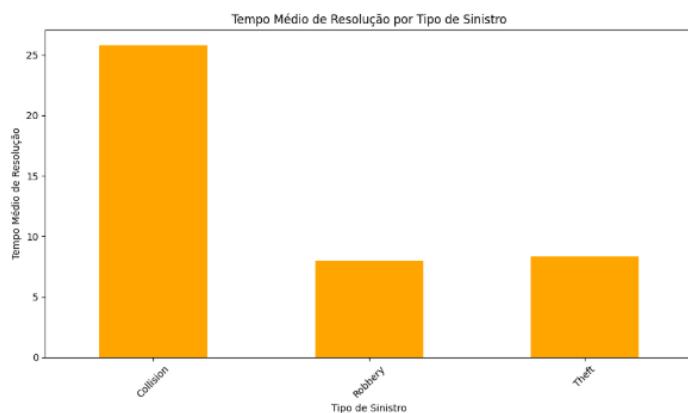
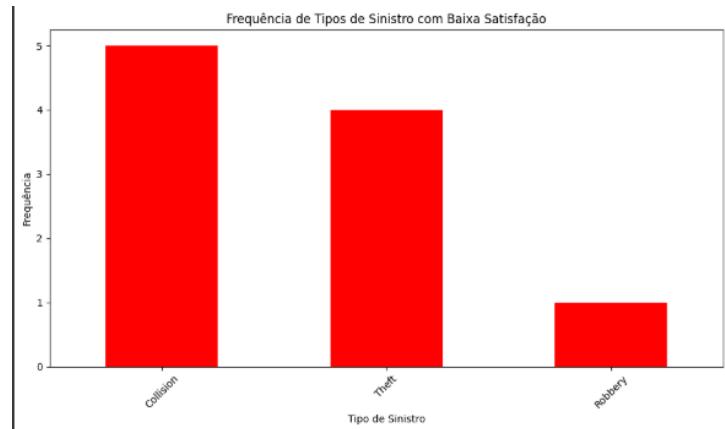
Add photos to help on the claims analysis

Vamos analisar os dados:

Claim Type	Count
Collision	19
Theft	9
Robbery	3

Podemos ver que 61% dos casos são colisões.

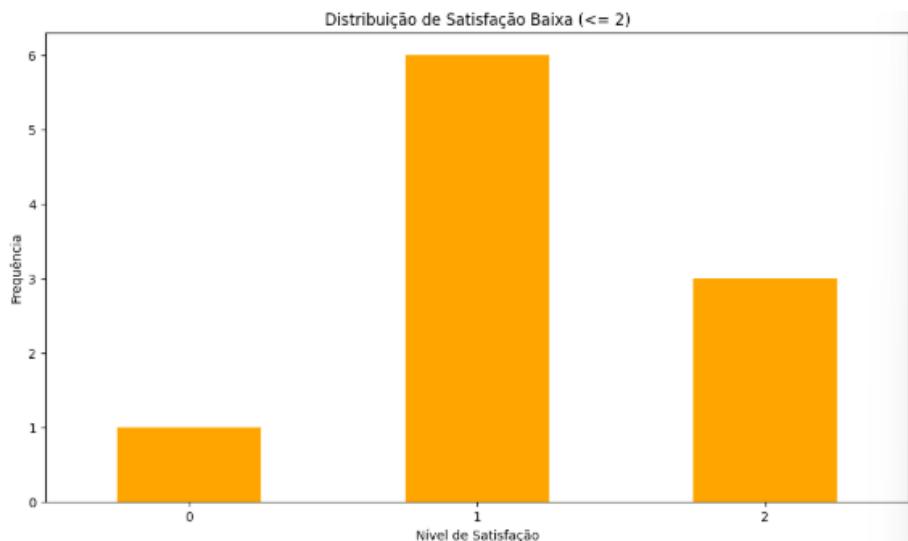
Claim Type	Resolution (mean)	Satisfaction (mean)
Collision	25.7	3.52
Theft	8.33	3.11
Robbery	8	3



Notamos que incidentes de colisão levam mais tempo para serem resolvidos, possivelmente devido à necessidade de mais detalhes e interação com a outra parte envolvida no incidente.

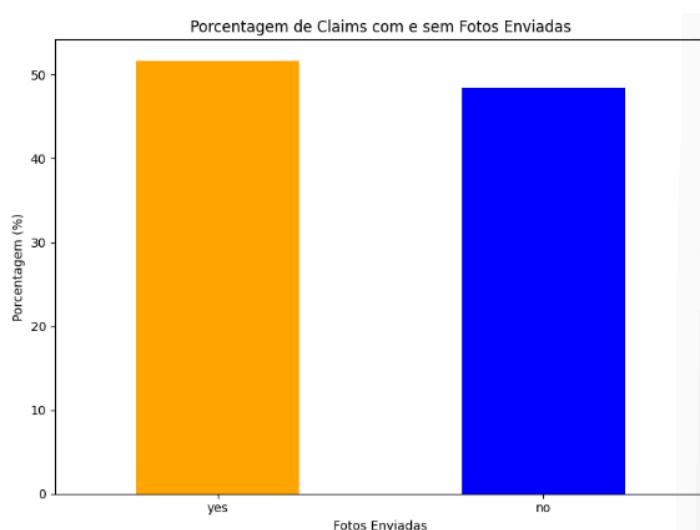
Now, let's look and analyze the cases of user dissatisfaction

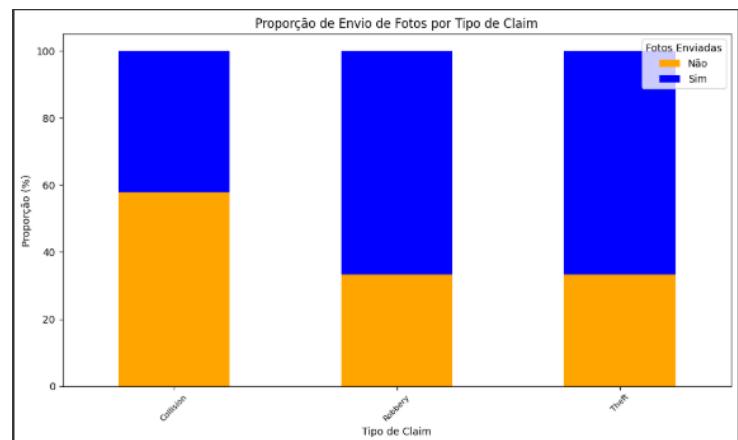
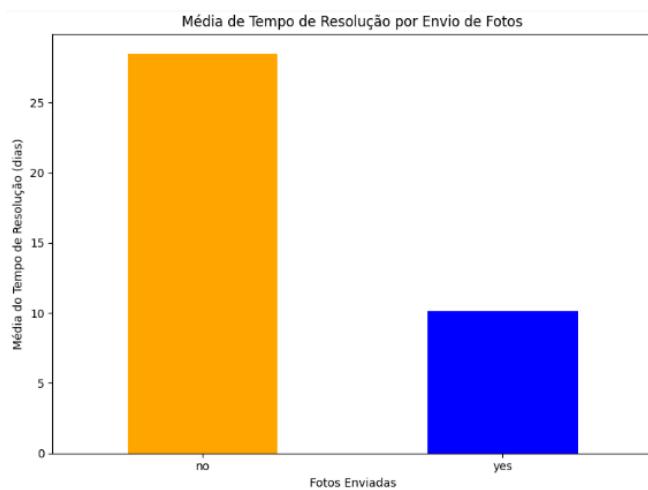
Dissatisfaction cases ( $<= 2$ ) → 10 occurrences → 25 days to get a resolution → 90% did not send a photo



Casos com baixa satisfação representam 10 registros, com média de 25,5 dias para resolução (desvio padrão de 19,23 dias). A maioria (90%) não enviou fotos via app.

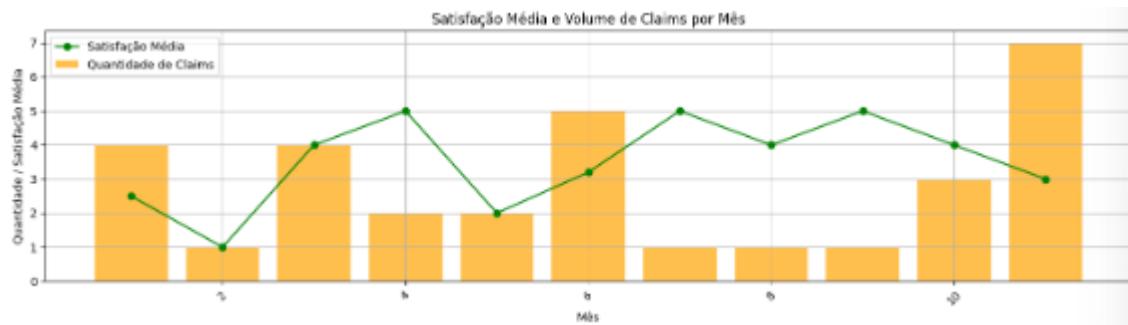
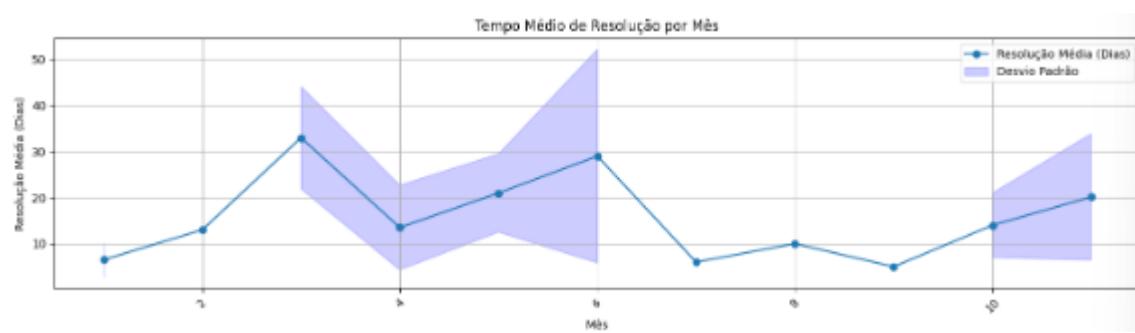
Now, let's look and analyze the effect of sending photos.





Enviar fotos otimiza significativamente o tempo de resolução, mas isso não é um hábito consolidado entre os usuários.

Now, let's look and analyze the effect of the season.

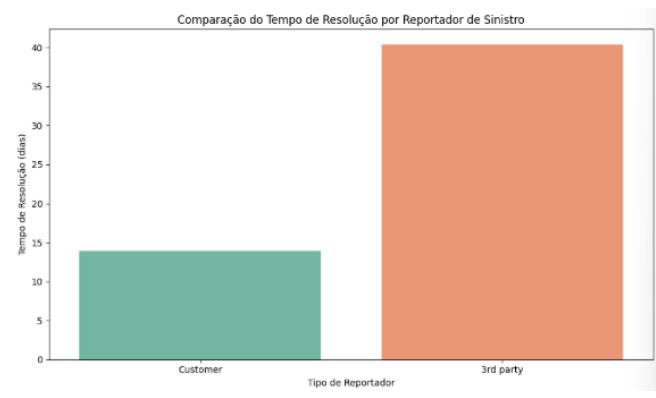
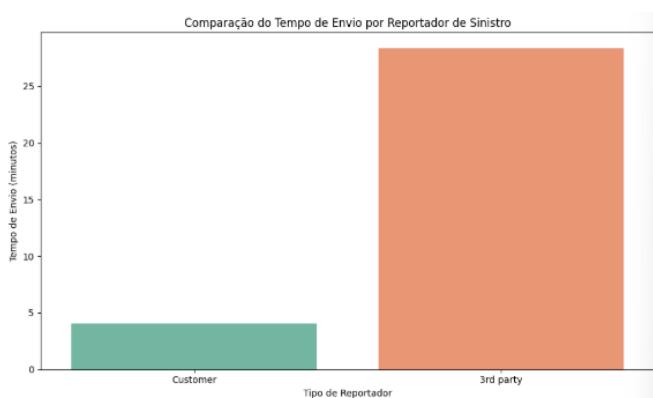


Resolução média: alguns meses têm tempos médios de resolução significativamente maiores, sugerindo possíveis gargalos sazonais, como aumento da demanda durante certos períodos.

Meses com maior variabilidade no tempo de resolução indicam uma inconsistência no processo.

Satisfação média: meses com tempos médios de resolução mais longos tendem a ter níveis de satisfação mais baixos, reforçando a correlação entre o tempo de resolução e a experiência do cliente.

Let's look and analyze the difference of claim reporter:



A grande diferença nos tempos de envio entre o cliente e o terceiro demonstra inconsistência no processo. Talvez a falta de informação seja a principal razão para isso.

## Oportunidades e soluções:

### Que problema estamos resolvendo e por quê?

Uma vez identificada a diferença na otimização do tempo, serão tomadas medidas para aumentar essa taxa de envio de fotos, corrigindo uma grande lacuna no processo;

Também notamos a diferença significativa no tempo de envio do cliente para o terceiro, o que poderia ser facilmente resolvido e não deve ser um impasse;

Para melhorar a avaliação interna, transformar a avaliação em estrelas (1 a 5) dificulta a identificação dos pontos que precisam ser melhorados, por isso é necessária uma avaliação mais completa.

## Escopo das soluções

1 - Envio obrigatório de fotos para melhorar o processo. Considerando que o envio de fotos demonstrou reduzir significativamente o tempo de resolução, tornar o envio obrigatório de fotos pode padronizar as informações e ajudar a mitigar inconsistências. Uma boa prática seria criar um guia simples para que os usuários saibam como tirar e enviar as fotos necessárias.

Para minimizar a resistência, forneça uma interface amigável com instruções claras e exemplos de fotos adequadas.

2 - Informações para o melhor envio por terceiros. Este pode ser um fator crucial para reduzir discrepâncias observadas nos tempos de envio entre o cliente e o terceiro. Fornecer uma lista de verificação automatizada, notificações para garantir que todos os dados sejam preenchidos corretamente antes de finalizar o envio seria uma melhoria prática, e validações automáticas antes do envio podem evitar erros de preenchimento.

- Isso também reforça a confiança do cliente, mostrando que a empresa cuida de cada etapa.

3 - Formulário de avaliação de serviço (adicional). Implementar um formulário no final do processo é uma boa ideia, pois permite capturar feedback imediato. Além disso, seria ideal alinhar as perguntas para identificar gargalos específicos que ainda não foram resolvidos, como satisfação com os tempos ou clareza do processo.

- O feedback direto é crucial para identificar pontos cegos no processo. Além de avaliar a satisfação, inclua perguntas sobre tempos de espera, clareza das instruções e facilidade de uso.
- Uma abordagem adicional seria transformar esse feedback em relatórios trimestrais para ajustes contínuos.

## Como medir o sucesso?

No primeiro caso, o sucesso será medido pela unanimidade no envio de fotos sem perder o número de reclamações. Alcançar o sucesso é o significado do sucesso;

No segundo caso, o sucesso será medido por meio de gráficos que comparam o desempenho antes/depois de terceiros e também a padronização do tempo em comparação aos clientes;

Em relação às avaliações, o sucesso será medido pela melhoria contínua da satisfação do cliente e feedback trimestral positivo, tornando a empresa ainda melhor.