

Migo

Do que trata-se a Migo?

A Migo é uma seguradora de bicicletas e ciclistas. Surgiu a partir do grande aumento de roubos e acidentes envolvendo ciclistas pelo Brasil. A gente notou um nicho de mercado em que poderia ser explorado, considerando o alto investimento financeiro envolvido no ciclismo.

E o que te leva a re-construir o site?

Normalmente, dentro da área de seguros, é bastante comum de encontrar resistência do usuário em relação ao serviço. Sempre parece um processo complicado e burocrático e o usuário só vê valor (ou não) no serviço quando ele realmente o utiliza, então, eu diria que a principal motivação é a de mostrar como o seguro é um produto simples de se utilizar e de que realmente garantir a segurança de seus equipamentos é um investimento e não um gasto.

Por que tu achas que um novo site resolve o problema?

Porque nosso público está, definitivamente, muito mais no digital. É notável e perceptível que o uso de apps como o Strava e as próprias redes sociais e seus grupos motivam muito mais o ciclista a ter este senso de comunidade. Existem grupos baseados virtualmente que combinam desafios e passeios ciclísticos, então é muito necessário estar neste meio deles.

Qual seria o principal objetivo do teu cliente no site?

Provavelmente, como em quase toda seguradora, o principal objetivo do cliente será simular quanto custaria um seguro para o seu bem, a partir do valor estimado. Ao sanar esta dúvida, aí sim ele toma a decisão se vale ou não a pena continuar no processo.

Qual é a principal dor do teu cliente?

Quem contrata seguro habitualmente já tem um perfil de insegurança ou já passou por alguma experiência ruim com seus materiais. A dor é principalmente o medo de ser roubado, e, no caso da contratação do nosso serviço, o medo principal é a confiabilidade de que prestaremos um bom serviço caso e quando for necessário.

Vocês têm a identidade visual e diretrizes de marca para nos fornecer?

Temos sim. Posso explicar um pouco mais do que se trata.