

SAP FORUM 2010

CLAREZA PARA UM NOVO BRASIL



Marítima Seguros S/A
10 de março de 2010
Eduardo Brunetti
eduardob@maritima.com.br

SAP FORUM 2010

CLAREZA PARA UM NOVO BRASIL

Agenda

1. **Sumário Executivo**
2. Marítima Seguros - Descritivo do Negócio
3. O Projeto SAP CRM
 - 3.1. Metodologia da Implementação
 - 3.2. Estratégia e Etapas
 - 3.3. Ambiente Tecnológico
 - 3.5. Cronograma e Highlights da Implementação
4. Benefícios Alcançados e Pontos de Aprendizado





Desafios

- Relacionamento com clientes de forma centralizada.
- Compreensão dos clientes e seus movimentos.
- Visão 360 graus do cliente.

Objetivos do projeto

- Conhecimento e satisfação de nossos clientes
- Atendimento personalizado.
- Redução de tempo e custo de atendimento.
- Visão única do cliente.

Por quê SAP?

- Maior aderência aos processos de negócios.
- Melhor relação custo benefício.
- Vertical para Seguros.



Custo Total de Propriedade

- Customização mínima.
- Implementação de curta duração.

Benefícios Estratégicos

- Visão única do cliente facilita a fidelização e incremento de negócios.
- O conhecimento dos clientes traz assertividade na manutenção dos melhores, exploração de potenciais e abertura de novos.

Benefícios Operacionais

- Redução do tempo médio de atendimentos.
- Entendimento dos motivos de contato e tempos de resposta que demandam maior tempo para tratamento.
- Estabelecimento e controle de SLA's envolvendo todas áreas dos processos de atendimentos.
- Acompanhamento do nível de serviços prestados pelas diferentes estruturas.

Agenda

1. Sumário Executivo
- 2. Marítima Seguros - Descritivo do Negócio**
3. O Projeto SAP CRM
 - 3.1. Metodologia da Implementação
 - 3.2. Estratégia e Etapas
 - 3.3. Ambiente Tecnológico
 - 3.4. Cronograma e Highlights da Implementação
4. Benefícios Alcançados e Pontos de Aprendizado



Visão da Empresa

Fundada em 1943, a Marítima opera em diversas regiões do Brasil, através de 52 filiais.

- Faturamento do Grupo em 2008 - R\$ 1.096,9
- Matriz: Cel. Xavier de Toledo, 114 – SP
- Aproximadamente 1500 funcionários.

- Empresas: Marítima Seguros e Marítima Saúde
- Produtos: Auto, Vida, RE e Saúde.
- Canais de Distribuição: 13.000 corretores ativos.
- Parcerias: Santander, Safra e CNH.
- Prêmios 2009: Pelo terceiro ano consecutivo o Prêmio Segurador Brasil, nas categorias “Melhor Desempenho em Seguro de Vida Individual, Melhor desempenho em Seguro Condomínio, Melhor Desempenho em Seguro de Equipamentos e Melhor Desempenho em Seguro de Responsabilidade Civil”

Distribuição da Receita - Grupo Marítima Seguros - Prêmios de Seguros

% Perfil Faturamento	2005	2006	2007	2008
AUTOMÓVEL	43%	39%	36%	41%
SAÚDE	29%	30%	30%	28%
PESSOAS	0	2%	3%	4%
RISCOS ESPECIAIS*	28%	30%	31%	27%
Total	100%	100%	100%	100%
Faturamento (R\$ milhões)	796,9	856,7	904,1	1.096,9

* Inserido seguro obrigatório DPVAT

Agenda

1. Sumário Executivo
2. Marítima Seguros - Descritivo do Negócio
- 3. O Projeto SAP CRM**
 - 3.1. Metodologia da Implementação
 - 3.2. Estratégia e Etapas
 - 3.3. Ambiente Tecnológico
 - 3.4. Cronograma e Highlights da Implementação
4. Benefícios Alcançados e Pontos de Aprendizado

Pontos relevantes da metodologia de implantação:

- Blueprint: Bom nível de detalhamento das necessidades.
- Prazo: Previsto - 6 meses / Real - 8 meses.
- Orçamento: Realizado dentro do previsto.
- Conhecimento do processo anterior e desejado.
- Flexibilidade do Usuário.
- Envolvimento usuário-chave full-time.
- Treinamento detalhado.
- Gestão de mudanças.
- Comprometimento do parceiro BBKO.
- Valores entregues:
 - Facilidade e agilidade na obtenção de informações de nossos corretores de forma centralizada.
 - Indicadores de performance do nosso atendimento.



- Parceiro: BBKO
- Consultores: 4 período integral, 2 part time.
- Metodologia ASAP.
- Implementação: 8 meses.

Pontos de atenção:

- CTI – investimentos adicionais da Marítima.
- Integração com mainframe não trouxe resultado esperado.
- Entendimento da composição da solução adquirida (licenciamento - software vs. necessidades).



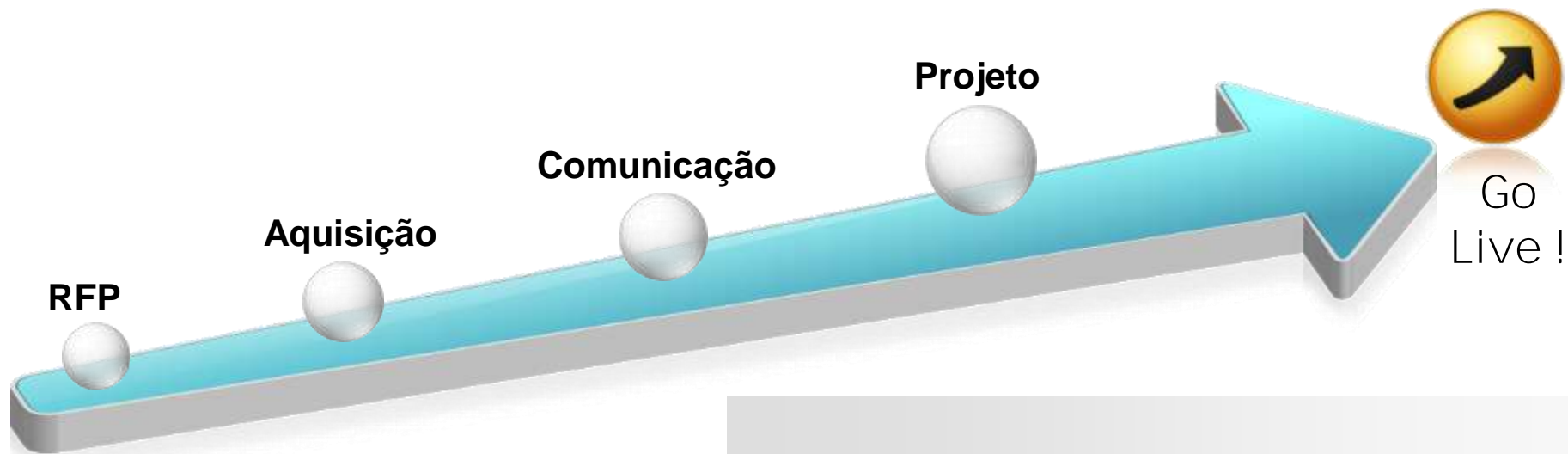
1 Corretor - implementado

2

Segurado, SAC, Chat, Ouvidoria e Fale Conosco – em planejamento

3

Vendas e Marketing



Processo de avaliação:

Escopo funcional, aspectos técnicos e valor do projeto.



Plataforma
Versão SAP



SAP CRM 2007



Base de Dados



SQL Server



Suporte



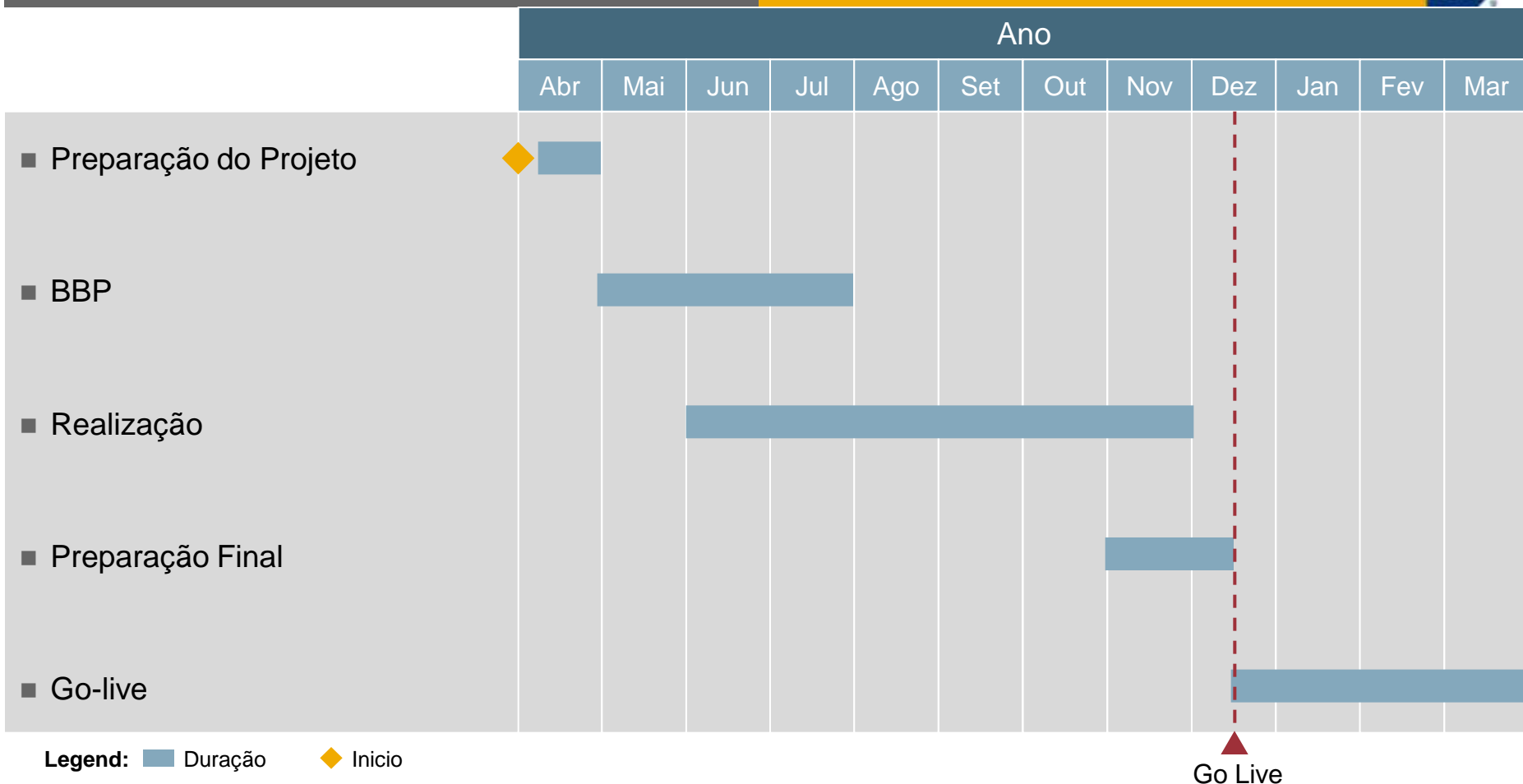
**Em garantia estendida com
BBKO**



Outros



**Telefonia Altitude - conexão entre
SAP-CRM, Avaya e Siemens**



Implantação efetuada em etapas, sendo inicialmente nas Centrais de Produto, em seguida na maior Central de Atendimento e rollout em andamento (outras Centrais e Filiais)

Agenda

1. Sumário Executivo
2. Marítima Seguros - Descritivo do Negócio
3. A Estratégia Corporativa e a Estratégia de TI
4. O Projeto SAP CRM
 - 3.1. Desafios de TI
 - 3.2. Metodologia da Implementação
 - 3.3. Estratégia e Etapas
 - 3.4. Ambiente Tecnológico
 - 3.5. Cronograma e Highlights da Implementação
- 5. Benefícios Alcançados**

- Alguns processos de negócio beneficiados com a implementação.
 - Histórico de relacionamento do corretor centralizado.
 - Acompanhamento de SLA de atendimento.
 - Relatórios de gerenciamento dos atendimentos.
 - Base de conhecimento centralizada.

- Áreas e processos que serão beneficiados com futuras otimizações do sistema.
 - Todas as Centrais de Atendimento e Áreas Técnicas/Operacionais.

- KPIs utilizados para acompanhamento do negócio.
 - Quantidade de atendimentos por seguro e tipo de atendimento.
 - Quantidade de atendimentos por seguro e categoria.
 - Quantidade de atendimentos por seguro, corretor e tipo de atendimento.
 - Quantidade de atendimentos concluídos dentro e fora do prazo, por atendente e categoria.
 - Quantidade de atendimentos concluídos dentro e fora do prazo, por atendente e categoria



SAP FORUM 2010

CLAREZA PARA UM NOVO BRASIL

Obrigado!

Eduardo Brunetti

eduardob@maritima.com.br