

[QUEM É QUEM]

Assessorias de Seguros 

Parceiros de vida e de negócios

RASX traz modelo inovador
para o mercado de seguros
com a proposta de ser um
hub de saúde para o corretor



Uma marca
construída
por um time
especializado

Potencializadora de negócios

Com um conceito diferenciado, RASX surge para conectar parceiros e oferecer uma experiência diferenciada ao cliente, focada nos segmentos de saúde, vida e os seguros voltados para o varejo

Construir relações de confiança baseadas em ganho para todos os envolvidos é o propósito da marca RASX. Apresentada ao mercado em 2021, mas com um histórico de 24 anos das empresas de seus sócios, Sérgio Henrique Magalhães e Mário Lúcio Maciel, a Rede de Assessorias em Seguros chega no mercado com um proposta diferente.

A nova marca nasce com o propósito de conquistar share de mercado nos segmentos de saúde, vida e nos seguros voltados para o varejo por meio de parcerias com os corretores de seguros, principalmente o corretor de varejo. “O corretor conhecido como pastinha está acostumado a ganhar muitos bônus e comissões altas, pois vende muito pouco e ganha muito dinheiro. Mas isso está se tornando cada vez mais escasso. Uma das coisas que oferecemos na nossa plataforma é o retorno para o corretor”, comenta Sérgio Henrique Magalhães, sócio e diretor-executivo da RASX.

Para tanto, a assessoria aposta em um conceito de multiplicação alinhado ao que há de mais inovador no mercado, além de um time especializado. Afinal, a visão de negócio é tornar-se um hub para plugar vários negó-



Sérgio Henrique Magalhães, sócio e diretor-executivo da RASX

cios. “Estamos investindo pesado em tecnologia para poder oferecer um plataforma para todos os corretores e corretoras menores, que não têm esse tipo de suporte, mas que têm potencial de crescimento”, explica.

BACKOFFICE E EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Segundo Magalhães, a rede oferece uma experiência de cliente mais assertiva e uma devolução de informações que transmite segurança na tomada de decisão, independente do tipo de seguro. “Atuamos diretamente nos fatores de decisão, provocando nele essa experiência positiva através das plataformas de cotações e todo o

relacionamento. O nosso backoffice é especializado na experiência do cliente”.

“A seta que usamos é de evolução e de multiplicação. A marca vem para quebrar a complexidade que o cenário do segmento nos mostra. O X veio como fator que não limita, mas multiplica as opções. Nosso propósito é criar relações de confiança, seja com empresa parceira, cliente direto ou indireto, público final”.

A RASX oferece uma área de marketing ao corretor que, ao tornar-se associado, adquire site, identidade visual, cartão de visitas e crachás de identificação. Além disso, conta com treinamentos e a segurança da retaguarda da assessoria.

A marca oferece seguros corporativos, planos de saúde e odontológicos, proteção patrimonial, riscos financeiros, pacote de benefícios e vários outros serviços.

HUB DE SAÚDE

Diante das dificuldades do corretor em fazer uma venda de plano de saúde, devido ao tempo da demonstração de plano, que pode levar até cinco horas, a RASX vem com uma proposta diferente. “O corretor tem um desgaste. É como se ele tivesse que resolver um sinistro de auto todos os dias. Aí ele não consegue vender. Queremos nos tornar um hub de saúde para os corretores que estão nessa plataforma”, destaca Magalhães, que iniciou a trajetória como vendedor de planos de saúde na Amil Assistência Médica.

Com o trabalho desenvolvido pela RASX, o corretor aciona o backoffice, que dá todo o suporte para o cliente sobre as dúvidas do plano. “Dali em diante, ele vai vender. Todo o processo de documentação e implantação fica conosco. O corretor não precisa fazer nada. Ele vai realizar a venda e receber a comissão”.

O diretor lembra que a pandemia tornou o ambiente propício para o segmento de plano de saúde alçar outro posicionamento. “O plano de saúde continua sendo o melhor negócio para o corretor. A pandemia trouxe essa necessidade. Quem não tinha começou a ter e quem tinha trocou”, comenta sobre a movimentação no setor.

NOVO MODELO

A nova marca nasce com o foco de conquistar share de mercado nos segmentos de saúde, vida e os seguros voltados para o varejo, que é o perfil do pequeno corretor. “Ao contrário dos grandes

grupos que estão surgindo, que estão buscando corretoras paradas, nós queremos os pequenos e transformar os agentes”.

Os agentes mencionados pelo diretor são profissionais liberais, que possuem nichos de relacionamento que podem atuar como conectores de negócios para os corretores fazerem as consultorias de seguro. “Uma empresa que administra condomínios tem total interesse de ter dentro dela

“

Estamos desenhando um modelo de negócios, em que 12 mil potenciais clientes podem comprar o seguro residencial ou o seguro pet. Buscamos esse tipo de balcão. Esses parceiros sempre estarão ligados à uma corretora, pois a intenção é fortalecer as corretoras de seguros”

uma unidade de seguros”, exemplifica Magalhães, que, inclusive, está com uma parceria com uma administradora responsável por 12 mil imóveis em 80 condomínios. “Estamos desenhando um modelo de negócios, em que 12 mil potenciais clientes podem comprar o seguro residencial ou o seguro pet. Buscamos esse tipo de balcão. Esses parceiros sempre estarão ligados à uma corretora, pois a intenção é fortalecer as corretoras de seguros”.

LEGADO E FUTURO

Embora a marca RASX seja nova, ela possui um background enorme de 24 anos de TASS Brasil, uma carteira de clientes e expertise de oferecer soluções completas para pessoas e empresas, experiência de mercado, rede de relacionamento consolidada, domínio de processos licitatórios e solução de tecnologia que otimiza as entregas.

A TASS é uma corretora especializada em oferecer seguros de todos os ramos para licitações públicas, inclusive referência nacional. Embora tenha sido fundada em 2007, a operação da corretora teve início em 2001. Hoje no formato assessoria, os negócios da corretora estão sob o guarda-chuva da RASX, assim como ficarão a atividade das corretoras associadas.

Isso tudo oferece à RASX a garantia de atingir, ainda no primeiro trimestre de 2022, a ampliação da atuação da capital para todo o País, conforme projeção do diretor. Além disso, espera encerrar o próximo ano com 200 associados com a premissa de construir uma relação de ganho para o cliente, a seguradora e o corretor. “A relação de ganha-ganha-ganha e confiança está enraizada dentro da nossa marca”, afirma Magalhães.