

Por Débora Soares

A intensificação do uso das redes sociais, assim como a relevância atribuída aos influenciadores digitais, abre espaço cada vez maior para os avatares no mundo corporativo. Tendo esses aspectos em vista, o Infraprev lançou, em setembro, sua nova assistente virtual, nomeada "Clara". Ela está presente nos canais de comunicação e nas redes sociais, trazendo as novidades e dicas do instituto, além de esclarecer dúvidas.

Juliana Koehler, Diretora-Superintendente do Infraprev, contou como está sendo a experiência da fundação com a assistente e o envolvimento das equipes e dos participantes na sua construção, bem como seu processo de criação. A iniciativa faz parte da estratégia da entidade de se aproximar dos participantes, principalmente o público mais jovem.

"Ter uma persona (personagem que representa o tom da marca) tão identificada com nossos valores, escolhida por nossos colaboradores, nos mostrou que essa inovação humanizou a marca, se aproximando não só do público do Infraprev, como também de seus familiares", afirma Juliana.

Confira a seguir a entrevista na íntegra:

Abrapp em Foco: Como surgiu a ideia de criar uma assistente virtual para o Infraprev?

Juliana: A ideia surgiu em linha com o nosso foco de modernização e aproximação com nossos participantes e assistidos.

Em geral, observamos que o tema previdência complementar não é a prioridade, sobretudo no público mais jovem. E assim surgiu esse projeto. Estamos trabalhando intensamente na inovação da comunicação e relacionamento com os participantes em relação à educação financeira e previdenciária. A Clara veio para tornar essa relação mais humana. Uma persona que trate os assuntos técnicos e complexos de forma acessível.

Quais foram os principais objetivos dessa iniciativa, dentro do contexto de melhoria da experiência dos participantes?

O uso das redes sociais cada vez mais intensificado, bem como a relevância atribuída aos influenciadores digitais, mostra que pessoas buscam outras pessoas para se inspirarem e conduzirem seus comportamentos. Este momento da sociedade aliado à necessidade de o Infraprev alcançar públicos mais jovens para o segmento, se comunicando com todos de forma simples, informal e objetiva, fez nascer a iniciativa de tornar a marca mais do que uma logo.

O avatar do Instituto é a mais perfeita representação de uma pessoa, com quem todos os públicos de contato do Infraprev (participantes, colaboradores, patrocinadores entre outros) se identificam, estabelecendo um relacionamento de afeto com o Instituto.

Como os colaboradores da entidade e os participantes foram envolvidos na construção dessa inovação?

O envolvimento das equipes e dos participantes foi fundamental para definirmos uma persona que representasse o Infraprev.

Na primeira fase de criação, os colaboradores participaram de uma pesquisa e contribuíram opinando sobre as características do avatar: sexo, características físicas, faixa-etária e até mesmo traços da personalidade desta persona que representaria a marca. Com esses dados em mãos, contratamos um estúdio de ilustração para materializar as ideias.

Na segunda fase do projeto, já com a persona concebida, os participantes foram acionados para

escolher o melhor nome. A opção vencedora foi Clara, que batizou a nova assistente virtual do Infraprev na nossa confraternização de 40 anos da entidade e que representa nosso perfil de diversidade e equidade.

Em quais canais a Clara está presente e como ela se comunica com o público?

A Clara está presente nos canais digitais do Infraprev, como site, redes sociais, newsletter e nas comunicações internas em geral. Ela se relaciona com o público adotando uma linguagem descontraída em diversos temas. A intenção é que ela continue se projetando também nos nossos outros canais de atendimento.

Como tem sido a repercussão da personagem junto aos participantes e assistidos?

A receptividade da Clara foi muito positiva. Além da reação inicial, percebemos que nos conteúdos em que ela aparece temos um maior engajamento do público, corroborando com o sentimento inicial de que a marca merecia ser personificada, aproximando-se cada vez mais dos participantes e assistidos.

Quais os ganhos percebidos pela entidade com essa inovação?

A Clara é parte de um grande projeto de reposicionamento do Infraprev, que busca, entre outros objetivos, alcançar mais o público jovem sem renunciar à experiência e à confiabilidade conquistada pelo Instituto ao longo dos seus 40 anos de existência.

Ter uma persona tão identificada com nossos valores, escolhida por nossos colaboradores, nos mostrou que essa inovação humanizou a marca, se aproximando não só do público do Infraprev, como também de seus familiares. A ideia é essa.

Temos um Plano Família que foi remodelado recentemente e a Clara será fundamental no esforço de buscar novas adesões. Se o jovem está nas plataformas digitais, para falar com eles, também precisamos estar lá.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 10.11.2022.