

Por Débora Soares



A Abrapp lançou o Guia de Referência “Como Elaborar um Plano de Marketing para a Previdência Complementar”, desenvolvido pela Comissão Técnica Sul de Estratégias e Criação de Valor. A obra oferece orientações desde as fases de planejamento, implementação e avaliação e controle de seus planos.



Gilmar Barbosa (CELOS) coordena a CT Sul de Estratégias e Criação de Valor

Nesta entrevista, o Coordenador da Comissão, **Gilmar Barbosa** (foto), contextualiza como o e-book foi produzido e alguns insights que as entidades poderão encontrar para ter ações mais efetivas no relacionamento com os participantes e aumentar as adesões aos planos.

Abrapp em Foco: O que motivou a elaboração do conteúdo do e-book?

Gilmar Barbosa: Durante a troca de experiências entre os integrantes da região sul, percebeu-se que com a possibilidade de inserção do Plano Setorial Abrapp junto às associadas, muitas não tinham um material orientativo para desenvolver um plano de marketing dentro da sua entidade.

O segmento de previdência é muito específico, sem muita literatura instrutiva. Diante dessa necessidade, os integrantes da Comissão da Regional Sul unificaram sua experiência para elaborar um material que servisse de orientação para as entidades elaborarem seu próprio plano de marketing para ofertar seus produtos previdenciários.

A que público se destina essa publicação? Quais grupos de profissionais da EFPC poderão melhor aproveitá-la?

Esse e-book foi elaborado com o objetivo de auxiliar os profissionais responsáveis pelo marketing, relacionamento e comunicação dentro das EFPCs.

De que formas os insights revelados por esse trabalho tão abrangente podem ser utilizados para aprimorar os processos de marketing nas entidades?

A elaboração foi o resultado do trabalho conjunto e mútuo dos integrantes, os quais revelaram suas dificuldades e juntos trocaram experiências positivas que resultaram nesse trabalho enriquecedor para as EFPCs.

Os insights revelados durante a execução desse projeto permitiram que algumas entidades da Regional Sul pudessem pôr em prática ações que promovessem um retorno instrutivo ou até mesmo efetivo em adesões, nos produtos ofertas pelas EFPCs.

Quais dados pesquisados, durante a elaboração do e-book, chamaram mais a sua atenção e dos demais membros da Comissão?

No desenvolvimento desse projeto, percebemos que o cenário possível para o trabalho das EFPCs é imenso. As redes sociais se tornaram um grande canal, pois essas possuem uma maior abertura, um maior alcance e um investimento condizente com a realidade das EFPCs.

Percebemos que o usual e tradicional marketing se torna muito efetivo na fidelização dos participantes, quando se trata de participantes que não possuem acessibilidade digital.

Concluimos que para as entidades serem mais efetivas nas ações de marketing é importante utilizar de várias estratégias, para atingir todos os perfis de participantes.

Gostaria de acrescentar mais algum ponto não mencionado por esse trabalho ou deixar uma mensagem final?

Além do resultado entregue por meio do e-book, os integrantes da Comissão da Regional Sul concluíram que um plano de marketing é fundamental e indispensável para o sucesso do negócio.

As EPFCs necessitam melhor entender o papel do marketing na sua entidade, desmistificando algumas “crenças” a respeito. Uma dela é que o marketing visa apenas na criação de conteúdos e materiais como comerciais, divulgações e design bonitos. Quando, na verdade, o marketing vai muito além disso.

O papel do marketing não é apenas vender! Esse papel é muito mais amplo e abrangente! A função do marketing em uma EPFC busca entender o mercado no qual estamos inseridos e satisfazer suas necessidades por meio dos produtos e serviços disponíveis. O marketing para as entidades tem por objetivo tornar desejos em necessidades, gerando “clientes” que estejam dispostos a aderir o que a entidade oferece.

[Clique aqui para acessar o e-book gratuitamente!](#)

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 10.02.2023.