



A superintendente-executiva de Comunicação e Marketing da CNseg, Carla Simões, participou nesta terça-feira, dia 12, do seminário “A força da comunicação no Mercado de Seguros”, organizado pela Revista Cobertura, em São Paulo. O evento reuniu os principais executivos de comunicação de seguradoras e agências para debater as formas de facilitar o entendimento sobre o mercado de seguros, e como atuar para que as informações cheguem aos consumidores de forma simples e inteligível.

A área de comunicação da CNseg, disse Carla, “é composta por 20 profissionais, sendo raro uma confederação com um porte de comunicação desses, o que é a prova de que o nosso presidente entende a sua relevância”.

Ela explicou que, desde sua chegada, decidiu diversificar os canais de divulgação para atingir um público mais amplo e ajudar a democratizar o acesso ao mercado de seguros. Para isso, houve um grande investimento em redes sociais e junto à imprensa, “para falar com o público consumidor, de todas as fchas etárias e sociais, mostrando que o seguro é acessível, pode ser personalizado e é moderno”.

### **Matérias da CNseg na imprensa passam de 3 mil para 10 mil em 3 anos**

Sobre a imprensa, a executiva explicou que tem viajado por todo o Brasil realizando encontros de relacionamento com os veículos de comunicação regionais, fornecendo dados do setor segmentados por estado, mas sem jamais deixar de prestigiar a imprensa nacional e o trade.

Em 2023, a CNseg lançou o 1º Workshop para Jornalistas sobre Seguros, quando trouxe 30 profissionais de veículos não especializados em seguro, de diferentes cantos do país, para aumentar o conhecimento destes sobre a indústria de seguros. E, agora, em 5 de abril, explicou ela, será realizada a 2ª edição. “Os jornalistas passam um dia inteiro conosco, ouvindo os porta-vozes das federações associadas à CNseg abordando os princípios do setor. Também discutimos as pautas mais importantes do ponto de vista institucional, inclusive as relacionadas ao relacionamento com os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

E esse esforço já tem rendido bons frutos. Em 2021, ainda na gestão anterior, a assessoria de imprensa registrou três mil matérias na imprensa nacional, regional e especializada. Em 2022, já na nova gestão, a partir de junho, foram 4.500 matérias e, em 2023, foram cerca de 10 mil matérias publicadas.

**Redes sociais são prioridade na estratégia de comunicação da Confederação**

Em relação às redes sociais, Carla destacou os videocasts, citando o recente lançamento de uma série intitulada de “Conversa Segura”, mostrando o quanto o seguro está presente na economia e na vida das pessoas. O WhatsApp é outro canal que tem sido muito utilizado, repercutindo todos os conteúdos produzidos pela CNseg. Os executivos da CNseg também contam com conteúdos exclusivos produzidos para suas páginas no LinkedIn.

Outra novidade apresentada pela superintendente-executiva da CNseg foi a reformulação do site institucional da Confederação, melhorando a sua usabilidade e reforçando a acessibilidade, além de trazer um visual mais moderno. Paralelamente, em agosto de 2022, foi lançado o site Notícias do Seguro, direcionado aos consumidores, corretores e todos aqueles que buscam um conteúdo informativo sobre o mercado de seguros.

Mas o que Carla disse ser sua “menina dos olhos” é a campanha com os três atletas olímpicos e influenciadores digitais Beatriz Ferreira (Boxe), Daniel Cargnin (Judô) e Darlan Romani (Atletismo - Arremesso de Peso). Em seus canais, eles falam para seus públicos, do jeito deles, sobre as próprias experiências relacionadas aos produtos de seguro.

Lembrando que o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros (PDMS) foi lançado pela CNseg a um ano, tendo a comunicação como um dos pilares, Carla disse que, para celebrar a data, lançará em breve uma nova campanha com a utilização de novos influenciadores digitais, de diferentes regiões do Brasil, diferentes perfis e muita diversidade, falando com diversos públicos, de uma maneira descontraída e informativa, tendo a educação financeira como um dos principais focos.

Por fim, a executiva da Confederação Nacional das Seguradoras informou que, neste ano, a CNseg se juntou à Escola de Negócios e Seguros (ENS) e à Federação Nacional dos Corretores (Fenacor) na organização do Prêmio de Jornalismo em Seguros, que já está na 7ª edição. A cerimônia de entrega do prêmio será no dia 11 de junho, no Blue Note de São Paulo.

O seminário “A força da comunicação no Mercado de Seguros” contou ainda com a participação da superintendente de Gestão Comercial e Marketing da AXA no Brasil, Danielle Tilton Fagaraz, com a consultora de Comunicação e sócia da Core Consultoria, Nathalia Coutinho; e com a diretora de Comunicação e Marketing da MAPFRE e presidente da Comissão de Comunicação e Marketing da CNseg, Tatiana Cerezer, tendo a editora da Revista Apólice, Kelly Lubiato, como mediadora.

[Confira aqui](#) a íntegra da apresentação.

**Fonte:** CNseg, em 13.03.2024