

Por Alexandre Sammogini

Os novos modelos de plano família e instituídos corporativos e a necessidade de atrair novos e antigos públicos demandam uma mudança nas ações de marketing. Muitas vezes ocorrem mudanças de nome e reposicionamento de marca com o uso de muita criatividade para divulgar os novos planos. Algumas experiências foram apresentadas no Espaço Boas Práticas neste terceiro dia (18/10) do 45º Congresso Brasileiro de Previdência Privada (CBPP). Os casos práticos da Infraprev e da Value Prev foram alguns dos exemplos apresentados no espaço.

Juliana Koehler, Diretora Superintendente do InfraPrev, e Jéssica Salaverry Tavares, Gerente de Comunicação, Relacionamento e Negócios, apresentaram o case “Realização de eventos para a modernização da marca e crescimento de planos de previdência”. Elas mostraram que o planejamento estratégico da entidade partiu da necessidade de reter os atuais participantes e atrair novos públicos, o que remetia ao reposicionamento da marca.

Após análise e diagnóstico do nome e da marca da fundação, chegou-se à conclusão que a manutenção do nome atual era viável pois já continha elementos estratégicos para atuação no momento presente e futuro. O nome já continha, por exemplo, o termo “Infra” que podia ser explorado para buscar novos patrocinadores e instituidores do setor de infraestrutura. Além disso, tinha o prefixo “In” que pode ser associado a outros conceitos-chave como inovação, independência, integridade, entre outros.

E o mais importante: era possível projetar uma mudança no posicionamento da marca sem desvalorizar o legado construído ao longo dos 42 anos de trajetória da entidade. Daí se partiu para uma estratégia inovadora de eventos, que foi desenvolvida com grande criatividade, utilizando poucos recursos financeiros.

Entre as iniciativas de eventos destacaram-se as seguintes: rodada de palestras de educação financeira e previdenciária nos patrocinadores, eventos de educação digital, palestra online com influencer “Poupadora Inteligente”, café da manhã com assistidos, entre outros.

Outras iniciativas envolveram os próprios colaboradores da entidade para a promoção do plano família. Um dos eventos resultou na adesão de 50 novos participantes com o incentivo de prêmios para os colaboradores. Mais uma ação inovadora foi uma divulgação realizada no aeroporto que teve como objetivo a ativação da marca tanto com passageiros quanto com tripulantes das companhias aéreas.

Value Prev - O case “Expandindo o plano instituído” foi apresentado por Marcia Castro, Analista Financeira da Value Prev, na mesma direção de mostrar os passos e a evolução do plano família oferecido pela entidade. Lançado há 4 anos, o plano + Valor é o segundo maior do sistema, com R\$ 280 milhões de ativos sob gestão, ficando atrás apenas do plano administrado pela Previ.

A evolução do plano mostra superação de todas as expectativas traçadas em seu estudo de viabilidade. O volume de ativos que seria alcançado nos primeiros cinco anos de sua existência foram atingidos em apenas dois anos. Neste caso, o nome da entidade mudou completamente, pois antes se chamava HP Prev, remetendo ao vínculo com o patrocinador principal. Com a mudança de estratégia para buscar novos públicos, o nome e conseqüentemente a marca mudaram para Value Prev.

Curiosamente, uma das ações que mais funcionou, que não é tão óbvia, foi a adesão dos próprios dirigentes e colaboradores da Value Prev. “Acreditamos na ideia, montamos o plano e agora estamos colhendo os frutos. Tenho orgulho de trabalhar em uma fundação séria, transparente e ética”, disse Márcia Castro.

O 45º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocínio Diamante:

Evertec + Sinquia, Itajubá Investimentos AI. Patrocínio Ouro: Aditus, Aon, BB Asset, BNP Paribas Asset Management, Bradesco Asset Management, Galápagos Capital, Genial Investimentos, HMC Capital, Itaú Investidores Institucionais, MAG Seguros, Safra, Santander Asset Management, Spectra Investments, SulAmérica Investimentos, XP. Patrocínio Prata: ASA, AZ Quest, Fator Seguradora, Mapfre Investimentos, MarketAxess, Matera, Navi Capital, PFM Consultoria e Sistemas, Principal Asset Management, Trígono Capital, Velt Partners, Vinci Partners. Patrocínio Bronze: Anbima, Apoena, Carbyne Investimentos, Consepro, Constância Investimentos, Maps + Data A, Fram Capital, HSI, Inter, Investira, Marsche, Mestra Informática, Mirae Asset, Opportunity, Patrimonial Gestão de Recursos, Polo Capital Management, Porto Asset, PRI, PRP Soluções Contábeis, Real Investor, Rev Corretora de Seguros, RJI Investimentos, Tivio Capital, Wedan.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 18.10.2024.