

Por Bruna Chieco



Em um mundo cada vez mais digitalizado, o desafio é ter uma presença online e consistência na comunicação. Para tratar do assunto, Uliana Ferreira, CEO Grupo Dona e autora do livro Best Seller “A Dona do Negócio”, realizou palestra na Inspira Talk “Equilíbrio Entre Atendimento Digital em Massa X Humanização e Personalização do Atendimento” durante o Movimento 360, evento promovido pela Abrapp nos dias 13 e 14 de novembro, em formato virtual e ao vivo.

Com o apoio institucional de UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta, o Movimento 360 é uma nova versão do tradicional Encontro Nacional de Inovação e Criação de Valor, com ao todo 19 painéis, que também ocorrem de forma simultânea com uma programação dinâmica e interativa.

Moderado por Luciana Ribeiro Moreira, Secretária Executiva do Colégio de Coordenadores de Estratégias e Criação de Valor da Abrapp, o painel debateu a junção do físico com o digital, ou o “figital” para tornar a jornada do cliente de um empresa que não é única e exclusiva em um canal. No caso das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC), em vez de conquistar clientes, o objetivo é trazer mais participantes para o sistema, facilitando o entendimento sobre o setor e as vantagens da poupança previdenciária.

“Como é que anda a sua presença online? Como é que você se comunica no online? Será que você está encontrável?”, a especialista questionou, reforçando que não adianta apenas investir em redes sociais se o site próprio não estiver sendo acessado com facilidade. “É a casa própria. Não precisa ser um site robusto, não precisa ser um site complexo, precisa ter informação e você precisa ter a sua presença online”, Disse Ferreira.

Além da presença online, ela destacou a importância da consistência na consultoria de educação. “Ninguém acorda e diz ‘hoje eu vou comprar uma previdência’. A gente começa a se familiarizar com o termo, vai sendo educado para isso, vai chegando informação até o momento em que a gente é abordado por alguém ou por alguma instituição”.

Para que isso aconteça, é necessário um processo de educação e de conscientização da necessidade desses planos para os potenciais participantes. “É muito importante que a gente entenda quais são as palavras chaves que fazem parte desse universo, do público que eu quero atingir. A Internet direciona assuntos, temas que estão linkados à palavra-chave. Se eu linkar os meus conteúdos de educação sobre o que eu quero propagar, eu tenho mais chance de chegar nessas pessoas”, ressaltou Ferreira.

Conquistar o participante não basta; é preciso manter esse relacionamento ao longo do tempo. Assim, a especialista explicou a necessidade de fidelização, principalmente se houver indicação entre pessoas conhecidas. “Quando eu peço indicação, ele vai me atrair pessoas que têm gostos e desejos e comportamentos semelhantes ao dele. A indicação é muito valiosa. E aí você olha para esse mercado e pensa: o que eu posso entregar para o participante que me indica, e o que eu posso entregar para quem vem da indicação”.

Ferreira tratou ainda da importância de engajar os colaboradores para eles perceberem e se conectarem com essa cultura de fomento dos planos de previdência dentro das EFPC em que trabalham. “O primeiro passo para a construção de uma cultura é o líder se autoconhecer. Então, a gente precisa, primeiro, fazer uma análise de como eu gostaria que as pessoas se sentissem aqui. E aí eu tô falando de funcionários, stakeholders, todo mundo que faz parte desse ecossistema”, explicou.

Sua recomendação é que as lideranças desenhem esse processo de cultura. “A partir do momento em que eu tenho uma cultura bem desenhada, forte, onde eu sei o que é importante, o que não é

importante e como eu quero que as coisas funcionem, vai continuar no barco quem fizer sentido na cultura”, completou.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 18.11.2024.