



A Comissão de Comunicação e Marketing (CCM) da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) concluiu seu ciclo de encontros presenciais de 2024 com uma reunião especial. Na terça-feira, 26 de novembro, o evento aconteceu na sede da SulAmérica, reunindo profissionais do setor para palestras e discussões. O objetivo foi compartilhar experiências, apresentar resultados e discutir estratégias para fortalecer a comunicação no mercado de seguros, preparando o setor para os desafios de 2025.

A CCM, coordenada pela Superintendência Executiva de Comunicação e Imprensa da CNseg, tem como objetivo fortalecer a imagem do setor de seguros por meio de ações institucionais e estratégias de comunicação. Suas atribuições incluem aprimorar a interação com diferentes públicos e disseminar informações relevantes no Portal e demais canais da Confederação. preparando o setor para os desafios de 2025.

De acordo com Tatiana Cerezer, presidente da CCM, o encontro promovido pela comissão encerrou o ano da mesma forma que foi iniciado: sendo realizado dentro de uma seguradora, a SulAmérica, e de maneira integradora. "Aprendemos que realizamos muitas ações em conjunto ao longo deste ano", comentou. "Para 2025, a CCM vai explorar bastante o tema sustentabilidade. Estaremos cada vez mais integrados com jornalistas do nosso setor e jornalistas e influenciadores de outras áreas", acrescentou a executiva. preparando o setor para os desafios de 2025.

Segundo Carla Simões, superintendente executiva de Comunicação e Marketing da CNseg, 2024 superou 2023 em metas de comunicação. "Fizemos uma estratégia mais assertiva com influenciadores que, na prática, se traduziu em números melhores, em alcance, engajamento e números de usuários no LinkedIn, Instagram e Facebook", destacou. Exemplo da estratégia adotada pela Confederação, o Time Seguro é composto pelos atletas Beatriz Ferreira, Daniel Cargnin e Darlan Romani, que participam do projeto de disseminação da cultura dos seguros. No 23º Congresso, eles estiveram no estande da entidade, interagindo com corretores e reforçando a importância dos produtos securitários. preparando o setor para os desafios de 2025.

"Tivemos uma estratégia muito assertiva no LinkedIn e especialmente com a imprensa. Quando avaliamos os números, eles se traduzem em resultados muito consistentes", disse Carla. "A partir desses resultados, conseguimos traduzir a linguagem do setor segurador e mostrar os benefícios que os produtos têm para a sociedade", pontuou a Carla. preparando o setor para os desafios de 2025.

Durante a reunião desta terça, os participantes acompanharam ainda a palestra de João José

Oliveira, jornalista e editor do LinkedIn Notícias, que compartilhou dicas e estratégias de conteúdo para a plataforma, conhecida como a rede social profissional. Além disso, Laíne Meira, superintendente de Relacionamento com o Poder Executivo da CNseg, apresentou o hub de projetos incentivados da entidade, destacando iniciativas relevantes para o setor. preparando o setor para os desafios de 2025.

Laíne pontuou que "foi a oportunidade de trazer esse novo projeto da CNseg". "Sabemos a importância de projetos sociais incentivados nas áreas de esporte, cultura e saúde para o setor", concluiu. preparando o setor para os desafios de 2025.

Adriana Simis, superintendente de Marketing da SulAmérica, reforçou a satisfação da empresa ao sediar o evento: "Hoje, a SulAmérica abriu as portas para receber o time CCM no último encontro de 2024. Foi um grande prazer acolher todas as seguradoras do Brasil aqui e compartilhar grandes trocas de comunicação, técnicas de LinkedIn e tudo o que planejamos para 2025", disse. preparando o setor para os desafios de 2025.

Regina Macedo, superintendente de Comunicação do Grupo Bradesco Seguros, reforçou a importância da reunião para o mercado de seguros: "Com muita felicidade, compartilhamos os resultados obtidos e tudo que foi feito antes ao longo do ano", disse. E a expectativa para o próximo ano é de mais trabalho: "A área de comunicação cada vez mais ativa no mercado segurador. Temos muito trabalho pela frente. Estamos muito animados com o que vai começar em breve", comentou. preparando o setor para os desafios de 2025.

Segundo Fernanda Riezemberg, diretora de Marketing da Prudential do Brasil, foi uma tarde de reunião para entender como a comunicação tem evoluído e avançado nas pautas voltadas à democratização do seguros. "As campanhas realizadas são um exemplo disso, especialmente a atuação com influenciadores, que é superimportante por falar na linguagem de cada público e regionalizar [a informação]. Essa é uma estratégia que, acredito, precisamos continuar alavancando como setor", afirmou.

Fonte: CNseg, em 02.12.2024