Por Jorge Wahl

As associadas da Abrapp estão perto de ganhar uma nova ferramenta destinada a aproximá-las ainda mais de seus atuais participantes e conquistar novos públicos. O e-book “Estratégias de Marketing e Fomento para as EFPC” será lançado nesse início de 2026, adianta Raquel Ribeiro de Oliveira (foto acima), Coordenadora Titular da Comissão Técnica Regional (CTR) Nordeste de Estratégia e Criação de Valor.

Aviso importante: o lançamento é parte de iniciativas estratégicas de disseminação de conhecimento e fortalecimento das práticas de marketing e comunicação das entidades fechadas. Nessa mesma direção basta ver outras ações da Abrapp no sentido de levar os vários agentes da previdência complementar a interagir com maior simplicidade, objetividade e clareza com seus variados públicos.

Conversa com integrantes da CTR Nordeste mostra consciência quanto ao fato de que seu trabalho é parte de um esforço maior e integrado. Ou seja, algo que inclui divulgação institucional em canais digitais e redes sociais, eventos técnicos e webinars sobre marketing e educação previdenciária, ações de educação financeira e previdenciária, compartilhamento de conteúdo com entidades associadas e profissionais do setor, ao lado de iniciativas de capacitação e troca de experiências entre EFPC.

Tudo isso combinado amplia ainda mais o impacto do e-book, promovendo discussão estratégica sobre comunicação, relacionamento com participantes e sustentabilidade do sistema, observa Raquel. O momento atual demanda o planejamento e execução de ações de lançamento, comunicação institucional e disseminação do conteúdo da publicação junto ao público-alvo.

Todo esse conjunto é uma clara resposta aos desafios que se opõem estruturalmente ao marketing das EFPCs, haja vista a transformação do comportamento do público, simultaneamente à evolução tecnológica e a sempre renovada necessidade de ampliar a cultura previdenciária no Brasil.

Entre esses desafios está a baixa cultura previdenciária e necessidade de educação financeira, uma vez que grande parte da população ainda não realiza planejamento para aposentadoria e a previdência complementar permanece pouco difundida. O e-book aborda a educação financeira e previdenciária como elemento central da estratégia de marketing, reforçando que a adesão depende de um processo educativo contínuo.

Tampouco é fácil para as EFPC “venderem” um produto notoriamente complexo e cujos maiores benefícios só se fazem sentir no longo prazo. Dificuldades que pedem comunicação clara, didática e adaptada a diferentes perfis de participantes ao longo de sua trajetória por décadas, aproveitando o melhor possível as plataformas digitais e os outros múltiplos canais disponíveis para fazer marketing digital, inbound marketing, omnichannel e uso de dados para engajamento. Some a isso as recomendações de uso da inteligência artificial, e a previdência complementar fechada ganha um guia muito bem estruturado para seguir adiante “, resume Raquel.

O e-book facilita a caminhada apresentando ferramentas como funil de adesão, marketing de relacionamento e ferramentas de gestão da jornada do participante.

Porém, além das virtudes de seu conteúdo, a nova publicação mostra-se especialmente importante por chegar na melhor hora. Justo no momento em que o segmento enfrenta, entre outros, desafios como falar a públicos em que estão presentes diferentes gerações e perfis e sem vínculo direto com patrocinadores e instituidores, caso dos planos família e instituídos.

Fonte: Abrapp em Foco, em 24.02.2026.