Ação do varejo comercial de São Paulo reuniu parceiros que bateram metas e resultou em crescimento de desempenho de todas as corretoras ativadas na campanha



Em ano de Copa do Mundo, a Hapvida transformou o futebol em estratégia de negócios. A companhia realizou uma campanha regional que levou 85 corretores de São Paulo, que superaram as metas de venda, para um dia na mansão do ex-jogador Cafu, o capitão do penta. O resultado foi um aumento médio de 48% nas vendas das corretoras participantes entre fevereiro e abril, com um total de 19.608 novos clientes em três meses – 5.125 a mais no comparativo com o trimestre anterior.

Para participar do evento exclusivo, os corretores precisavam atingir metas individuais definidas com base no desempenho do período anterior. Das 25 corretoras estratégicas ativadas na campanha, todas registraram crescimento de vendas.

O ROI (retorno sobre o investimento) da ação alcançou R$ 4,7 milhões, com cada real investido retornando R$ 23,52, considerando ticket médio de R$ 357 por vida, margem de contribuição de 13,4% e tempo médio de permanência de 20 meses.

"Realizar essa ação demonstra como a Hapvida valoriza quem cresce junto com a gente. O aumento médio de 48% nas vendas confirma que o relacionamento com nossos parceiros é um dos pilares mais sólidos do nosso crescimento", afirma Bernardo Marotta, diretor-executivo de Marketing da Hapvida.

Experiência única

A visita à mansão do Cafu incluiu partida de futebol com a participação do ex-jogador em sua quadra particular, visita à sala de medalhas e troféus, pagode ao vivo e churrasco. Além dos 85

corretores premiados, o evento contou com a presença de gerentes sênior e da diretora da praça, reforçando o relacionamento com os parceiros comerciais.

A satisfação dos participantes foi medida por pesquisa, na qual 96% afirmaram que a campanha os incentivou a vender mais. A ação também passou por blitz presenciais em corretoras durante a fase de divulgação, com sorteio de TVs nas duas maiores corretoras.

Fonte: GBR, em 03.06.2026