

Por Mundo Corporativo

Escolher um nicho é, antes de tudo, ter coragem de não falar com todo mundo. Foi dessa decisão que a Creative Wings construiu uma forma mais profunda de fazer marketing para seguros e self storage, unindo conhecimento real do negócio, parceria com o cliente e a convicção de que especializar não diminui o caminho. Pelo contrário, aumenta a relevância, a clareza e a capacidade de gerar crescimento.

Especializada em marketing para seguros e self storage, a Creative Wings aposta em uma lógica simples, mas rara: para comunicar bem, é preciso entender o negócio antes de vender qualquer ideia. Quando Glauco Ormond decidiu concentrar a Creative Wings em seguros e self storage, a escolha não foi apenas estratégica. Foi também uma resposta a uma dor vivida de dentro.

“Eu fui Head de Marketing no mercado de seguros e senti na prática como é difícil encontrar uma agência que entenda o negócio, a linguagem, os produtos, os riscos, os canais de distribuição e, principalmente, o tempo desse mercado. Muitas vezes, a agência tinha boa intenção, mas não entendia o contexto. E quando você precisa explicar tudo do zero, o marketing perde velocidade e relevância”, afirma o fundador.

[Leia aqui na íntegra.](#)

Fonte: Mundo Corporativo, em 26.06.2026