

O Instituto Metrus tem alcançado importantes avanços no relacionamento com participantes a partir da implantação de um novo modelo de comunicação. Um dos indicadores da ampliação da interação com o público é o aumento do número de inscritos no canal do Youtube da entidade, que saltou de 1,8 mil em dezembro de 2017 para 24,7 mil no final de outubro passado. A equipe do Metrus vem promovendo ao longo de 2018 uma reformulação completa da linguagem e da identidade visual de todos os canais e peças de comunicação, principalmente com foco nas mídias digitais.

“Temos o propósito de buscar a aproximação com o participante e, por isso, nossa comunicação está sempre atenta às transformações do mercado e em tudo o que a tecnologia tem a oferecer. É por meio dela que nos posicionamos, fortalecemos nosso compromisso com a transparência e geramos um relacionamento direto não apenas para explicar como as coisas funcionam, mas também para interagir, dando voz ao participante”, diz Rubens Scaff Jr, Diretor Presidente do Metrus.

O novo modelo tem o objetivo de implantar nova estratégia de comunicação, visando a utilização de novas mídias e a simplificação da informação, com linguagem acessível, para uma comunicação mais assertiva. “Procuramos fazer com que o participante tenha consciência de seu protagonismo nas ações do Metrus. Tudo o que fazemos aqui é em favor de um futuro mais tranquilo para cada um de nós”, defende o dirigente.

No ano em que o Metrus completa 25 anos de existência, foram criadas novas peças de comunicação e novo aplicativo adaptados às comemorações e eventos da entidade. As peças foram direcionadas para divulgar ações e campanhas tais como o prazo de alteração de contribuição ao planos de benefícios pelos participantes. As campanhas são divulgadas com foco nas mídias sociais, em especial, o Facebook, Instagram e Youtube.

Reformulação do canal - Um dos destaques da nova comunicação da entidade é o Canal do Youtube, que passou a contar com a produção e veiculação de um vídeo semanal a partir do mês de março passado. Desde então, foram publicados 22 vídeos até o final do mês de outubro. São vídeos curtos com formato dinâmico, com média de 3 minutos de duração, que contam com a apresentação de temas de interesse dos participantes pelos colaboradores da entidade.

Criado em 2013, o canal contou com poucas atualizações até o início deste ano. Por isso, tinha pouco acesso dos participantes. A partir de março, a equipe de comunicação da entidade, coordenado por Gabriela Assis Dalazoni, começou a produzir os vídeos. Para isso, foi contratada uma empresa externa para realizar as filmagens e a edição. O roteiro e o conteúdo, porém, fica a cargo da equipe interna no Metrus. Um dos fatores do sucesso do case é a utilização de um formato mais descontraído, com a participação dos próprios colaboradores do instituto.

Plano Família - Os canais de comunicação do Metrus enfrentam agora um novo desafio: a divulgação do novo Plano Metrus Família. Aprovado no mês de agosto pela Previc ([leia mais](#)), o novo plano voltado para os familiares dos participantes, teve o lançamento realizado no final do mês de outubro.

“Os planos voltados para familiares representam o grande viés atual de fomento da Previdência Complementar. Vínhamos recebendo uma forte demanda de nossos participantes para abrir a possibilidade de adesão de seus familiares”, diz Rubens Scaff. A campanha comunicação do novo plano objetivo de apresentá-lo como uma nova opção de poupança previdenciária através da veiculação de vídeos motivacionais e explicativos, materiais promocionais, divulgação de palestras, entre outras ações.

[Clique aqui](#) para acessar canal do Youtube do Metrus

Fonte: Acontece Abrapp, em 06.11.2017.

