

Fugindo um pouco da área de seguros ou de economia, acho importante comentar abaixo o texto recentemente divulgado do publicitário Nizan Guanaes, denominado “Viva o novo marketing, que tende a ser menos propaganda e mais conteúdo”.

<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/nizanguanaes/2019/04/viva-o-novo-marketing-que-tende-a-ser-menos-propaganda-e-mais-conteudo.shtml>

Segundo o texto, o consumidor não pode ficar só recebendo dicas ou sugestões de venda. Ele quer mais, ele quer ter informações, ele quer ter conteúdo. E aí, sim, associado a esse conteúdo, a empresa pode passar uma mensagem de venda.

Citando: “A revolução digital abriu e ampliou de forma exponencial o canal de comunicação das empresas e organizações com seu público. E essa comunicação é basicamente conteúdo, que precisa ser pensado de formas absolutamente novas pelos profissionais que melhor entendem essa relação: os profissionais de marketing”.

Essa mensagem não é difícil de entender, quando se observa os diversos sites internacionais das empresas ligadas ao setor de seguros (seguradoras, resseguradoras, auditorias, consultorias, etc). Em todos eles, há forte conteúdo econômico disponível ao público, associado, naturalmente, a um conceito estratégico que a empresa quer passar. Ou seja, a economia aplicada alinhada à estratégia de marketing.

Acredito que esse conceito chegará mais forte ao mercado de seguros no Brasil em futuro próximo!

**Fonte:** Francisco Galiza/[Rating de Seguros](#), em 23.04.2019.