

As entidades fechadas de previdência complementar estão passando por transformações decorrentes dos cenários político e econômico, o que trouxe nova realidade para esse sistema que tanto trabalha em prol de um futuro financeiro mais tranquilo e seguro para os brasileiros. Conhecidas pelos seus planos patrocinados, as EFPC encontram-se em um momento antes inimaginável por elas: venda. Isso mesmo, a palavra venda não era usual tendo em vista que o percentual de adesão sempre foi considerado alto por causa da atraente contrapartida patronal.

Perspectiva de mudança de cenário requer novas estratégias

Como diz o diretor-presidente do Sebrae Previdência, Edjair Alves, não pescamos mais no aquário, e sim em mar aberto, uma referência ao mercado de previdência aberta.

É claro para o Instituto a necessidade de investimentos em marketing digital já que a possibilidade de participantes de diferentes segmentos já é uma realidade. Hoje, o Valor Previdência já tem 3 instituidores, tratados como Plano Família, FenaconPrev e CoreconPrev-DF, ou seja, estamos falando de um plano destinado aos familiares dos empregados do Sistema Sebrae, aos contadores do Brasil inteiro e dos economistas do Distrito Federal.

Com o crescimento do Valor Previdência é quase impossível o Instituto permanecer com estratégias de comunicação e relacionamento convencionais, ainda mais com perspectivas de novos instituidores para 2020. Sendo assim, a gestão do funil de vendas é uma das apostas do Instituto para o crescimento dos seus planos instituídos.

O consumidor atual busca muita informação online antes mesmo de saber que precisa de um produto. O intuito é fazer marketing de conteúdo com qualidade, oferecendo informações na hora certa e do jeito certo, com mídia paga, anúncios em sites de busca e redes sociais, sendo assim, é extremamente importante desenvolver uma estratégia de marketing eficaz para impulsionar e facilitar a captação de participantes.

Então, fica uma pergunta: Como atrair o público potencial para o Valor Previdência? As repostas podem ser as mais variadas e assertivas possíveis, mas é certo que todas passarão pelo marketing digital.

Por tudo isso, o Sebrae Previdência torna público o Termo de Referência para a contratação de consultoria especializada para a desenvolvimento, execução e gestão de funil de vendas, que é uma ilustração da jornada que o cliente faz até fechar a compra, para os produtos da Entidade. O documento traz em detalhes os serviços a serem prestados pela consultoria. [Acesse-o aqui](#).

Fonte: Sebrae Previdência, em 04.03.2020