

Em meio a uma demanda cada vez mais crescente por comunicação de qualidade e transparente, atingido diversos tipos de públicos, as Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC) devem se reinventar. Além de atender às exigências da Resolução CNPC nº 32, de dezembro do ano passado, e que trata dos procedimentos de divulgação de informações aos participantes e assistidos, as EFPC também buscam maior proximidade com seus atuais e potenciais participantes em uma linguagem adequada para cada perfil. Pensando em auxiliar nessas questões e promover soluções em escala às entidades, a Conecta firmou parceria com a Agência Eureka.

A agência oferece, há 13 anos, soluções em publicidade e marketing, sempre com base em ouvir e compreender as dores de seus parceiros. Em entrevista ao blog Abrapp em Foco, os sócios da Eureka, Suelen de Sá e André Remor, contam que o contato da agência com o mercado de previdência iniciou há aproximadamente 10 anos. "Começamos com um desafio em relação à divulgação do Relatório Anual de Informações de uma entidade: torná-lo mais atrativo", explica Remor.

Os sócios contam que a partir da parceria com a Eureka, o relatório passou a conter, além dos números, uma história, por meio de storytelling, relativa ao que a entidade passou no ano da divulgação do RAI. "Foi um sucesso, e outras fundações nos conheceram por meio desse trabalho. Assim, nos desenvolvemos entre as EFPC, especialmente na região do Paraná", destacam.

Adequação - O processo de adequação à comunicação com os participantes foi acelerado com a normativa do CNPC, que exige uma série de ajustes das EFPC, incluindo ferramentas. Além disso, a pandemia do novo coronavírus (COVID-19) fez com que muitas entidades buscassem novos formatos de interação com os participantes. "Muitas entidades, até por questão de organização e estruturação dos dados, acabam não observando na integralidade as regras", dizem os sócios da Eureka.

O mais importante, explicam, é entender que não basta ter um site, mas sim todas as ferramentas e informações exigidas pela legislação. "Por isso temos que ter uma visão 360º da entidade e resolver pontos como relatórios, ferramentas de automação, olhando todas as áreas de comunicação". Segundo eles, as soluções às vezes são complexas, mas entender o mercado é simples. "Precisamos nos comunicar. Olhando os traços desse mercado, é preciso entender novos públicos, novos produtos, como plano família, e a gente se propõe a ajudar a posicionar bem as fundações para que elas possam se comunicar e se relacionar com os participantes".

Soluções - A Agência Eureka fornece soluções para todo o planejamento e comunicação das entidades, além de posicionamento da marca, tratando-a em redes sociais, site, automação de marketing, mídia tradicional, endomarketing, e abrangendo, assim, todos os canais de comunicação. "O objetivo é fazer com que as fundações tenham a comunicação mais adequada com participantes e toda a sociedade", diz André Remor. A agência pode atender entidades em estágio inicial até o mais avançado, com soluções desde a criação da marca, posicionamento, planejamento de mídia, até marketing direto.

Para atender as EFPC por meio da parceria com a Conecta, a agência desenvolveu pacotes de acordo com um perfil de fundações. "Muitas vezes a fundação não sabe o que precisa procurar. Conversando com a Conecta para entender a realidade das entidades, montamos pacotes para os diferentes tipos de entidades", explicam os sócios. Os pacotes são direcionadores, mas há uma flexibilização de acordo com a demanda de cada uma. "Não dá para partir do pressuposto que toda fundação é igual e que a mesma a solução funciona para todo mundo. Em cada cliente nosso o mais importante é entender suas necessidades e moldar a solução", diz Remor. A parceria com a Conecta ajusta as condições necessárias para cada entidade.

Parceria com Conecta - A Agência Eureka iniciou a parceria com a Conecta como uma prestadora de serviços, auxiliando a própria Conecta na inserção nas redes sociais, na construção de vídeos institucionais e redefinição da marca, com acompanhamento e assessoramento permanente.

Cláudia Janesko, Superintendente Executiva da Conecta., destaca que além disso, a agência também foi responsável pela criação do nome e logo do hackathon, o Hack'A'Prev, bem como do Hupp, incluindo a identidade visual da campanha de comunicação envolvendo site e redes sociais. “Evoluir para extensão da parceria foi um processo natural diante da necessidade do sistema e todo o envolvimento e acompanhamento da agência frente às novas tendências e desafios do nosso mercado” complementa Cláudia.

Fonte: Abrapp em Foco, em 26.06.2020