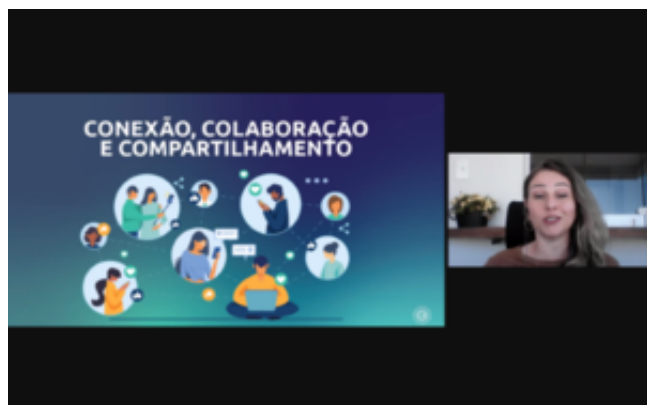


Por Bruna Chieco



Nesta quarta-feira, 10 de março, a Conecta deu continuidade à série de encontros +Conecta, com as Associadas da Regional Leste da Abrapp. A Superintendente Executiva da empresa, Claudia Janesko, explicou, na ocasião, que o objetivo desses encontros é contribuir para o compartilhamento de soluções e de ideias. “Nosso nome expressa o que nos propomos fazer, que é conectar empresas, pessoas e entidades”, disse.

“A Conecta é uma empresa de todos nós. Ela é controlada pela Abrapp, que é controlada pelas suas Associadas”, reforçou o Superintendente Geral da Abrapp, Devanir Silva. Ele disse ainda que o momento da parceria é agora, e é importante o enriquecimento do currículo da Conecta. “É o momento de pensar no atendimento dentro da melhor forma possível, considerando o porte, a complexidade e os objetivos das entidades”.

A importância de promover atração e engajamento dos clientes em ações de captação para Planos Família foi tema de destaque durante a reunião. Na ocasião, as entidades da Regional Leste discutiram a relevância de se ter um ferramental para que todas as etapas do processo, desde o início da conversação com os potenciais participantes até o pós-venda, sejam contempladas.

Da atração ao encantamento – Nesse sentido, a Central de Serviços Conecta vem para auxiliar as entidades nas vendas e no atendimento em uma jornada completa de aquisição do novo cliente. “A Central é uma prestação de serviços pautada em metodologias novas, com inteligência de negócio do segmento em que atuamos, suportada por um ferramental bastante inovador”, disse Claudia. “Quando o sistema se deparou com uma oportunidade rica com os Planos Família, vieram também os desafios”, reforçou, explicando que a Central de Serviços aborda todas as etapas do funil: Atração; Argumentação/Esquentamento; Conversão; e Encantamento.

Ela pontuou que quando se fala em Plano Família, o processo tem início com campanhas que toquem o próprio participante da entidade, que é um potencial comprador deste produto e principal defensor da proposta. “Exploramos esse participante para que ele compreenda vantagens e enxergue o Plano Família como uma oferta de valor que a entidade está oferecendo a ele e a seus familiares. Precisamos sensibilizar profundamente o participante para, na sequência, engajá-lo em um programa memeber-get-memeber”, disse Claudia. A elaboração, planejamento e execução dessas campanhas de marketing são feitas dentro da Central de Serviços.

Para apoiar ainda mais esse processo, a Central conta com a Clara, um chatbot com inteligência artificial que conta com planejamento de script especializado para atender esse novo e potencial cliente. O bot, além de preparar melhor a venda propriamente dita, permite a construção de um perfil dos novos leads com volumetria e escalabilidade. “Direcionar campanhas de forma mais assertiva, com uma abordagem mais rápida e com argumentos mais adequados é fundamental”, disse Claudia. A automação também é fundamental para aprimorar esse processo”, reiterou. Para isso, a Conecta desenvolveu uma plataforma proprietária para integrar todas essas ferramentas.

Oferta de valor – “Ninguém vende o que não acredita, por isso é fundamental que o processo comece com uma forte sensibilização junto ao participante, para que ele verdadeiramente defenda o plano junto ao seu grupo familiar”, explicou Claudia.

Durante a apresentação, as entidades da Regional Leste questionaram como funciona o processo de captação do cliente, ressaltando a importância do pós-venda. Para isso, a Central fornece soluções para manutenção de ações e campanhas para fortalecimento da relação com o cliente. “É esse relacionamento de longo prazo que traz ganhos mais expressivos à entidade”, reforçou Claudia. “Trabalhar a fidelização desse cliente não é uma opção, é uma ação extremamente relevante”.

Hupp e Parceiros – Claudia Janesko apresentou ainda os projetos especiais da Conecta, como o Hupp, que tem um objetivo de ser um celeiro de soluções para o sistema. “No ciclo inaugural do Hupp tínhamos um grande desafio, e para viabilizar a operação, além do edital de startups, fizemos uma chamada também para as entidades”. O Hupp foi lançado em 1º de junho de 2020 com os dois editais, sendo selecionadas 11 entidades parceiras (número total de EFPC’s inscritas) e 17 startups para o primeiro ciclo do projeto.

Claudia explicou que o Hupp está na fase de promoção de alinhamento entre o time das entidades com o time das startups para delimitar o escopo e o cronograma das Provas de Conceito (POCs) das soluções. “Para as POCs precisamos entender o que a startup tem de solução e que já está comercializando em outros nichos, e o que precisa ser feito em termos de desenvolvimento e adaptação para que haja maior aderência ao nosso segmento”, disse Claudia, ressaltando que apesar das entidades parceiras do Hupp serem o berço das POCs, essas provas têm um conceito mais amplo para que a solução desenvolvida caiba para todo o segmento, sendo este um projeto coletivo.

Com a proposta de trazer soluções compartilhadas e promover desconexões, a Conecta conta ainda com parcerias estratégicas com o objetivo de oferecer o melhor em cada necessidade das EFPC. “Com soluções escaláveis conseguimos trazer condições comerciais melhores”, disse Claudia. Atualmente, a empresa conta com os seguintes parceiros para soluções voltadas às EFPC: PFM; Perinity; Inovativadora; Contraktor; Agência Eureka; Comdinheiro e Atlas. “Estamos sempre olhando novas soluções e buscando identificar novos parceiros”, ressaltou a Superintendente da Conecta.

Confira o calendário dos próximos encontros +Conecta:

11/03 – Regional Sul – 10h às 12h

12/03 – Regional Nordeste – 10h às 12h

[Leia aqui](#) sobre encontro +Conecta Regional Centro-Norte realizado em 2 de março.

[Leia aqui](#) sobre encontro +Conecta Regional Sudoeste realizado em 3 de março.

[Leia aqui](#) sobre encontro +Conecta Regional Sudeste realizado em 9 de março.

Fonte: Abrapp em Foco, em 10.03.2021