

A Vale Saúde Sempre, pioneira no mercado de cartão pré-pago para acesso à saúde, completa 10 anos com mais de meio milhão de clientes e nova plataforma de negócios

A Vale Saúde Sempre estruturou uma nova plataforma de negócios para acelerar ainda mais o seu crescimento: a companhia, que está completando 10 anos e é pioneira na emissão de cartão pré-pago para saúde, decidiu, agora, dar um salto em seus negócios com a venda direta ao consumidor final através do marketing digital, cuja estratégia será compartilhada também com os parceiros comerciais.

A estratégia tem como alvo o crescimento do número de beneficiados, que atualmente já é mais de 500 mil, e a expansão da rede credenciada que hoje já tem mais de 12 mil opções de atendimentos em clínicas, laboratórios e hospitais em todos os estados brasileiros.

A companhia está investindo na expansão tanto da rede credenciada quanto na aquisição de novos clientes, aumentando sua presença geográfica, sempre com base em investimentos em tecnologia, que permitem utilizar uma rede de atendimento completa, usufruindo de uma experiência única por meio de estabelecimentos qualificados e com atendimento ágil.

Todas essas transformações da Vale Saúde Sempre incluem um novo plano de marketing, novo Branding, novo arco de valor e manifesto da marca, abrindo novas linguagens de comunicação com o credenciado, cliente e mercado, liderados por meio de sua área de marketing.

“É o momento certo para se expandir”, afirma Eduardo Brigagão, fundador e CEO da Vale Saúde Sempre. “Temos uma companhia sólida, que sempre alcançou resultados positivos e adotou altos níveis de transparência e governança, com a meta de oferecer acesso à saúde com qualidade por um preço acessível. Além disso, o salto será dado em linha com os movimentos recentes da economia brasileira: o número de desempregados e empresas individuais disparou e, ao mesmo tempo, os planos de saúde pesam cada vez mais no custo das empresas. Temos as alternativas de que consumidores e companhias tanto precisam agora.”

Levando em conta esse quadro, a oferta, que era feita exclusivamente por seus parceiros – estratégia que se manterá no novo momento da companhia – será somada à venda direta a pessoas físicas.

[Leia aqui na íntegra](#)

Fonte: Saúde Business, em 25.05.2021.