

Prudential | *franquia*



# MANUAL DE MARKETING PARA EMPRESAS FRANQUEADAS

CLIQUE PARA COMEÇAR



# ÍNDICE

## 1 O MANUAL DE MARKETING

## 2 A MARCA PRUDENTIAL

- Regras de uso da marca Prudential
- Utilização da marca Life Planner
- Selo Prudential Franquia
- Selos de premiações
- Dicas de ação de marketing para as empresas franqueadas

## 3 DICAS DE APLICAÇÃO DA MARCA PARA EMPRESAS FRANQUEADAS

- Redes sociais para empresas franqueadas
- Redes sociais para prepostos e assistentes
- Criação de peças/conteúdos para publicação
- Apresentação no LinkedIn
- Lives, vídeos e treinamentos
- Eventos e palestras
- Publicidade (online e offline)
- Relações públicas

## 4 CONTEÚDOS DA PRUDENTIAL PARA AS CORRETORAS FRANQUEADAS

- Assinatura de e-mail
- Materiais de abordagem
- PruEAD+

## 5 CONTEÚDOS E AÇÕES DAS CORRETORAS FRANQUEADAS

- Processo de produção de materiais (brindes)
- Prudential Store
- Patrocínios a eventos
- Franquia digital
- Sites (domínios e aplicação de marca)
- Materiais/conteúdos abordando produtos da Prudential do Brasil

## 6 PONTOS DE APOIO/ESTAÇÕES DE APOIO

## 7 DISCIPLINA E SANÇÕES

# O MANUAL DE MARKETING

O objetivo deste manual é auxiliar a rede de franquias a impulsionar seus negócios de forma alinhada com as diretrizes da franqueadora sobre a utilização da marca.

Este material traz orientações de uso das ferramentas e informações que podem auxiliar nas estratégias de divulgação das empresas franqueadas.

Esse alinhamento é primordial para que não ocorra uma exposição negativa da marca, que possa prejudicar todo o sistema.

As Corretoras Franqueadas e as Master Franqueadas são incentivadas a desenvolver suas próprias ações de divulgação para impulsionar os negócios de suas franquias desde que sejam mantidos os padrões estabelecidos pela franqueadora para a rede.

Ao longo deste material, são apresentados os direcionamentos sobre o que é e o que não é permitido acerca da utilização e da divulgação das marcas que compõem o sistema, além de estratégias e recursos que auxiliam a Corretora Franqueada nas relações de construção de imagem e de mídias do seu negócio.

Contato Consultoria de Franquias:

[consultoriadefranquias@prudential.com](mailto:consultoriadefranquias@prudential.com)

Alguns conteúdos se atualizam de forma muito dinâmica. Por esse motivo, a franqueadora realizará revisões deste manual.

Casos não abordados neste manual devem ser enviados para a área de Consultoria de Franquias.



# A MARCA PRUDENTIAL

**AS CORRETORAS FRANQUEADAS  
SÃO INCENTIVADAS A DESENVOLVER  
SUAS AÇÕES DE DIVULGAÇÃO.**

**O ALINHAMENTO NA FORMA  
E NO CONTEÚDO É PRIMORDIAL  
PARA O SUCESSO DA REDE.**



**Na definição da Lei de Propriedade Industrial, marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços.**

As marcas – objeto de autorização de uso por meio dos contratos de franquia – estão registradas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), tendo, portanto, proteção legal para a utilização exclusiva pelo detentor da marca e daqueles com autorização expressa para o uso.

A marca da Prudential é um símbolo de força e de segurança financeira há mais de 150 anos no mundo.

A Prudential do Brasil zela por sua marca, sua reputação e sua imagem. Pensando na proteção e na manutenção da credibilidade conquistada ao longo dos anos, estabelece regras e procedimentos para a utilização dessa marca, que deverão ser seguidos por toda a rede de franquia.

Ao implementar uma franquia da Prudential do Brasil, a Corretora Franqueada e a Master Franqueada recebem autorização para utilizar as marcas da Prudential/selo Corretora Franqueada durante a vigência de seus contratos.

Entre as concessões outorgadas pela franqueadora às empresas franqueadas, está incluído o uso das seguintes denominações: **Prudential do Brasil, Life Planner** e o **símbolo do rochedo no selo Corretora Franqueada**.

No entanto, é necessário que o uso ocorra em conformidade com as regras estabelecidas no contrato de franquia, neste manual e nos outros manuais da franqueadora.

Os elementos de marca (incluindo marcas e logotipo) devem ser usados para conservar e fortalecer a identidade da franqueadora.



### OBJETIVOS DA FRANQUEADORA

- Preservar os direitos intelectuais das marcas registradas e das marcas de serviços da Prudential.
- Preservar, fortalecer e zelar pela reputação das marcas.
- Assegurar o uso apropriado e consistente da marca.

# REGRAS DE USO DA MARCA PRUDENTIAL PELAS CORRETORAS FRANQUEADAS E PELAS MASTER FRANQUEADAS

## APLICAÇÃO DA MARCA PRUDENTIAL

A utilização do logo da Prudential deve ser realizada no formato do selo Corretora Franqueada (co-branding), respeitando o direcionamento do Manual de Co-Branding.

Qualquer dúvida relacionada à aplicação do co-branding pode ser encaminhada a um especialista da área de Consultoria de Franquias da franqueadora.



# Prudential

## IDENTIDADE VISUAL

A criação da identidade visual da Corretora Franqueada/Master Franqueada deve se ater às seguintes orientações:

- Não é permitido o uso do rochedo.
- Não é permitido o uso da palavra Prudential.
- Não é permitido o uso do logo da Prudential.
- Não é permitido o uso do termo Life Planner.
- Não são permitidos imagem, logos ou palavras que sejam semelhantes ao rochedo, à palavra Prudential, ao logo da Prudential ou ao termo Life Planner.

# REGRAS DE USO DA MARCA PRUDENTIAL PELAS CORRETORAS FRANQUEADAS E PELAS MASTER FRANQUEADAS

## CONVIVÊNCIA DAS MARCAS

O selo Corretora Franqueada Prudential (texto e marca) está disponível para download no PruEAD+, Academia:

Gestão de Franquia > Midiateca > Franquia em Marketing

Corretora Franqueada



## CO-BRANDING

O Manual de Co-Branding reúne as indicações que ajudam na compreensão da aplicação das marcas.

*Co-Branding é quando duas ou mais marcas diferentes se unem em uma força conjunta para a promoção de um produto ou serviço.*



Corretora Franqueada



## IMPORTANTE

O Manual de Co-Branding apresenta de forma clara e simples como se dá a convivência das marcas das duas empresas – Corretora Franqueada e Prudential. Já prevendo a diversidade de mídias e de peças, as orientações permitem a funcionalidade em canais digitais e analógicos.

Para as Corretoras Franqueadas que não têm uma marca, existe a opção da assinatura utilizando a razão social da Corretora Franqueada.



## EXEMPLOS DE APLICAÇÃO DA MARCA PRUDENTIAL

DO 



A marca da Prudential deve ser aplicada com a da Corretora Franqueada, seguindo o modelo de co-branding.

DON'T 



A aplicação da marca da Prudential/selo Corretora Franqueada em peças de divulgação das Corretoras Franqueadas deve sempre seguir o modelo de co-branding. Não é permitida a utilização da marca (logo) sozinha.



# MATERIAIS FORNECIDOS PELA PRUDENTIAL DO BRASIL

## DESYGNER E PRUEAD+

A franqueadora produz e disponibiliza às Corretoras Franqueadas e Master Franqueadas materiais de divulgação e de relacionamento que podem ser utilizados com a aplicação do Co-Branding. Os materiais pré-aprovados não devem sofrer outras alterações além da inclusão da marca de sua empresa franqueada no formato de co-branding.

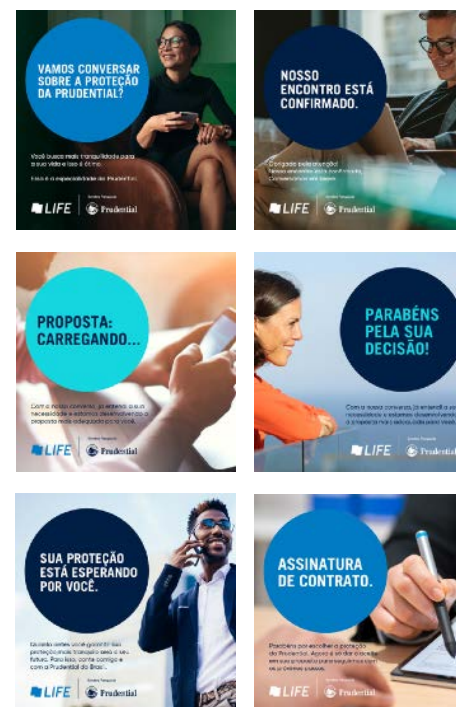
A franqueadora disponibiliza a Plataforma Desygner, que conta com inúmeras imagens para uso em redes sociais, além da possibilidade de criação de logomarcas e uso de IA. A plataforma pode ser adquirida pelas empresas franqueadas no link abaixo e é facultativa.

Acesse aqui: <https://prudential.desygner.com/login>

## EXEMPLOS

A seguir, confira alguns materiais disponibilizados pela Prudential do Brasil para utilização da rede de franquia.

### RÉGUA DE RELACIONAMENTO COM PROSPECTS



### RÉGUA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES

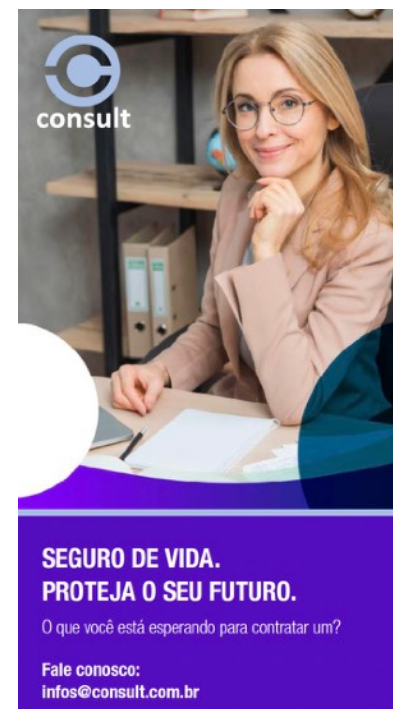


## MATERIAIS DESENVOLVIDOS POR EMPRESAS FRANQUEADAS SEM APLICAÇÃO DO LOGOTIPO DA PRUDENTIAL

Os materiais que não tenham a aplicação de nenhuma das marcas registradas (símbolos e denominação) e que não façam referência à franqueadora ou a qualquer empresa do grupo Prudential no mundo, bem como não façam menção aos produtos, ações ou qualquer informação que remeta ou possa remeter à franqueadora, podem ser produzidos pelas franquias sem nenhum alinhamento à identidade visual da franqueadora.

### EXEMPLOS

Materiais de divulgação com informações apenas sobre a corretora.



## UTILIZAÇÃO DA MARCA LIFE PLANNER

A marca Life Planner é a marca registrada da The Prudential Insurance Company of America para designar as Corretoras Franqueadas de seguro de vida.

Na franquia da Prudential do Brasil, o termo é utilizado para designar o corretor de seguros, responsáveis técnicos das Corretoras Franqueadas. Toda vez que a expressão for utilizada, em qualquer meio de comunicação, deve fazer referência completa ao termo: Corretora Franqueada Life Planner.

A utilização do termo Life Planner não é acompanhada da marca de registro ® e não deve ir no plural. A marca Life Planner está registrada e, consequentemente, protegida contra o uso indevido de terceiros, mediante o seu registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), independentemente do uso de ®.



### IMPORTANTE

Em todo material publicitário que mencione o termo Life Planner, deve constar, no rodapé da peça, a seguinte frase/referência:

*Life Planner é a marca registrada da The Prudential Insurance Company of America.*

Indicação de uso de fonte: deve ter dois pontos a menos que a usada no texto principal.

## SELO PRUDENTIAL FRANQUIA

O selo Prudential Franquia se refere ao modelo de franquia da Prudential do Brasil e será utilizado em alguns materiais conforme definido pela franqueadora.

**Prudential** | *franquia*

Este selo é de uso exclusivo da franqueadora.

## SELOS DE PREMIAÇÕES

Os selos das premiações oficiais são de propriedade da franqueadora. Seu uso deve ser validado previamente com o especialista da área de Consultoria de Franquias.

### EXEMPLOS

Clube 3W+, Rookies, Clube Bold+, PTC, PIIC, entre outros.

MDRT: por não se tratar de premiações da franqueadora, não há necessidade de aprovação.



## DICAS DE AÇÃO DE MARKETING PARA AS EMPRESAS FRANQUEADAS

A Prudential do Brasil incentiva a franquia a criar a identidade visual de sua corretora. Uma imagem sólida fortalece os negócios.

Ter uma identidade bem definida é importante para o empreendimento ser reconhecido pela sua imagem, gerando credibilidade e confiança.

Quando há uma estratégia de marca, o processo de atração e de conversão de clientes é mais fácil. Alguns elementos da identidade visual são: nome, logotipo, slogan, cores, tipografia e outras peças de divulgação.

A identidade visual é a imagem da empresa que será transmitida para terceiros e, por isso, deve ser desenvolvida com cuidado e qualidade.

Como boas práticas, a franqueadora sugere a utilização da Plataforma Desygner ou o uso de fornecedores cadastrados para auxiliar as empresas franqueadas na criação e na divulgação de materiais institucionais e promocionais.

As ações de marketing realizadas pelas empresas franqueadas podem gerar pontuação no Programa de Excelência de Franquia (PEF).

DO 



FOREVER  
Corretora de Seguros

É importante a Corretora Franqueada ter sua própria identidade visual. A criação de sua marca ajuda na comunicação e no crescimento de seu negócio.

DON'T 



FOREVER  
Corretora de Seguros

Na identidade visual da Corretora Franqueada, não é permitido o uso do logo nem da palavra Prudential, nem mesmo o rochedo ou o termo Life Planner. Também não podem ser criadas imagens ou expressões que façam referência aos padrões citados que são de uso exclusivo da franqueadora.

Acesse aqui: <https://prudential.desygner.com/login>





# 3

## DICAS DE APLICAÇÃO DA MARCA PARA AS EMPRESAS FRANQUEADAS

### REDES SOCIAIS PARA EMPRESAS FRANQUEADAS

Sempre que as mídias sociais das Corretoras Franqueadas fizerem referência à marca Prudential ou a qualquer empresa do grupo Prudential no mundo, deverão seguir as diretrizes da franqueadora, previstas nos manuais, além de observar a legislação vigente.

Isso inclui os perfis e as publicações em redes sociais. É preciso reforçar a atuação como empreendedor, dono do seu negócio.

### APRESENTAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

As Corretoras Franqueadas e as Master Franqueadas, bem como seus sócios e responsáveis técnicos, deverão, em qualquer meio, inclusive mídias sociais, identificar e apresentar de forma clara a relação estabelecida por meio do contrato de franquia.

## REDES SOCIAIS PARA PREPOSTOS E ASSISTENTES

Os colaboradores da Corretora Franqueada também devem seguir esse modelo de apresentação em redes sociais. Não é permitido utilizar a Prudential como empresa/empregadora. Em vez disso, devem ser inseridos a empresa franqueada e o cargo ocupado nela.

### EXEMPLO

**Maria Clara Gomes**

**Preposto**

Life Corretora de Seguros

Corretora Franqueada da Prudential do Brasil



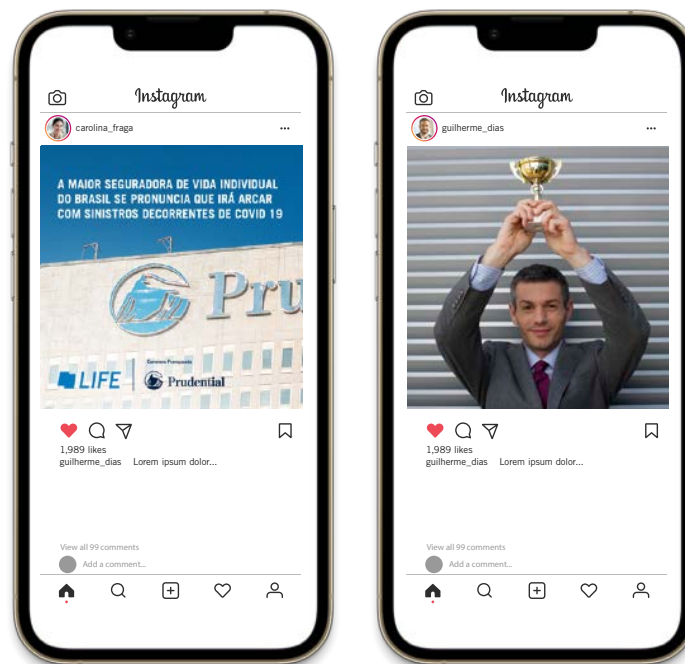


## criação de peças/conteúdos para publicação

As ações de mobilização e de esclarecimento promovidas pela Prudential do Brasil podem ser utilizadas pela Corretora Franqueada em suas mídias sociais.

O fortalecimento da marca é uma ação conjunta. No entanto, é fundamental que não ocorra nenhuma alteração no conteúdo ou na arte originalmente publicada pela Prudential.

Compartilhe, reposte os conteúdos, mas mantenha sempre o crédito da origem da publicação.



REPOSTS DOS CONTEÚDOS



### importante

O canal oficial do YouTube da Prudential do Brasil disponibiliza vídeos com informações e esclarecimentos.

Faça desse material um aliado.

Compartilhe, mas lembre-se: registre a fonte de origem da mídia e não altere o conteúdo.



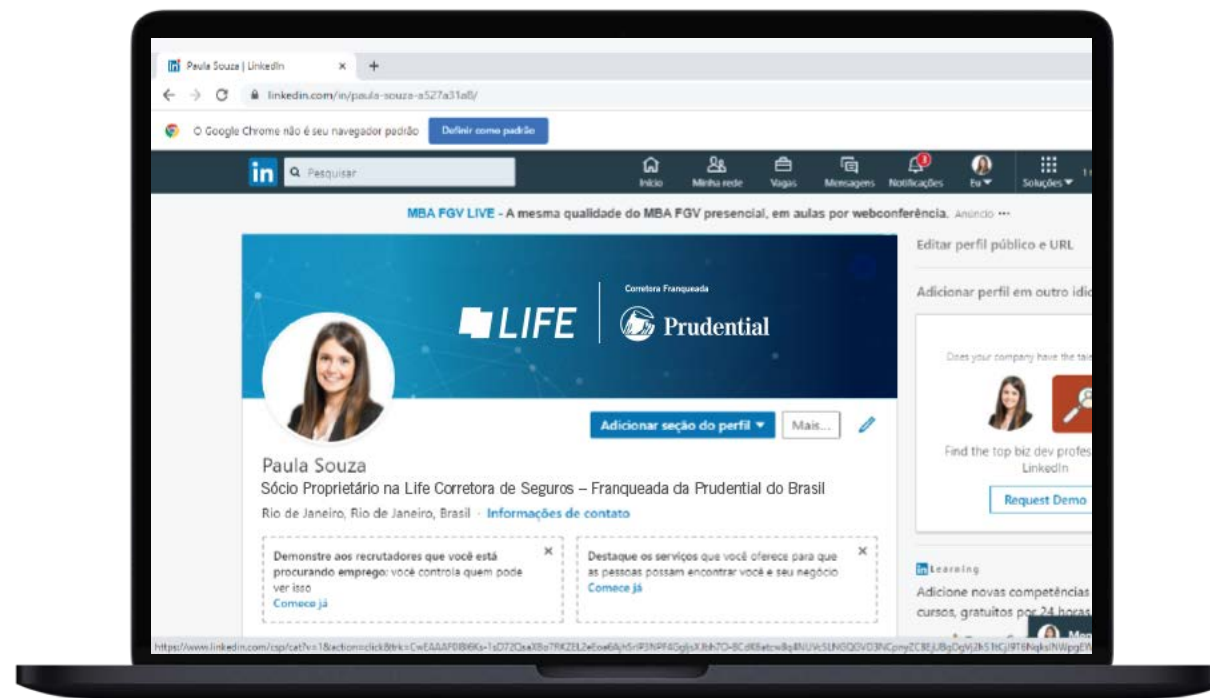
## APRESENTAÇÃO NO LINKEDIN

Utilize tanto no PERFIL quanto no campo EXPERIÊNCIA o cargo que ocupa na Corretora Franqueada. O responsável técnico da Corretora Life Planner não deve usar a Prudential do Brasil como referência nessas áreas nem incluir nenhum link da seguradora no histórico profissional da mídia social.

As capas das mídias sociais são um cartão de visita. É um espaço oportuno para a associação da marca da Corretora Franqueada Life Planner.

Visite o Manual de Co-Branding e utilize da forma correta a identidade da Corretora Franqueada associada à Prudential. Consulte as normas que auxiliam na padronização da apresentação dos logos.

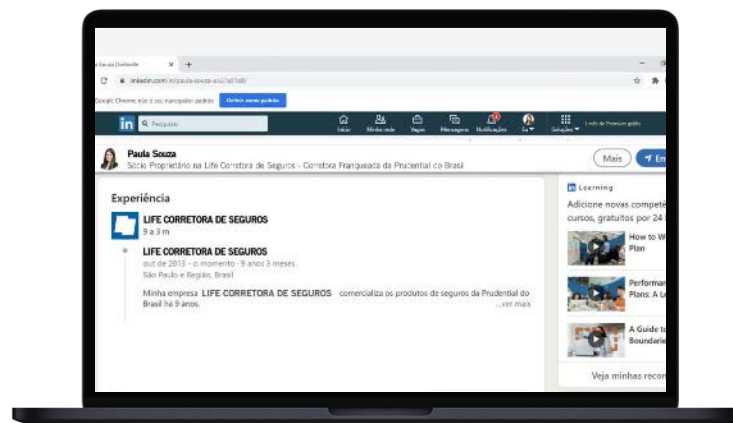
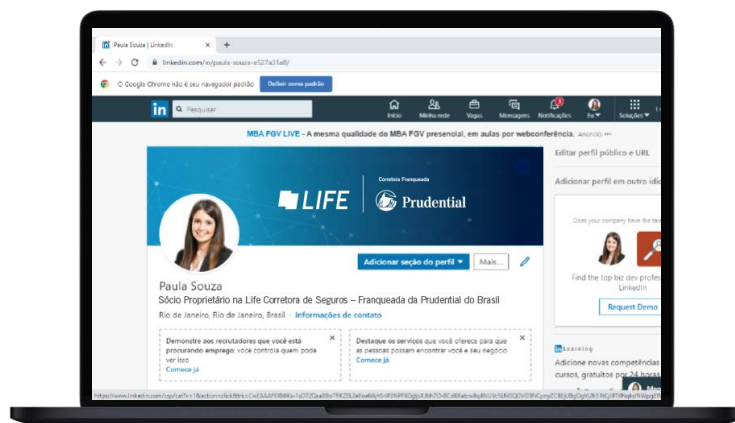
Deve ser usada a marca da Corretora Franqueada junto à da Prudential, como no exemplo ao lado.



EXEMPLO

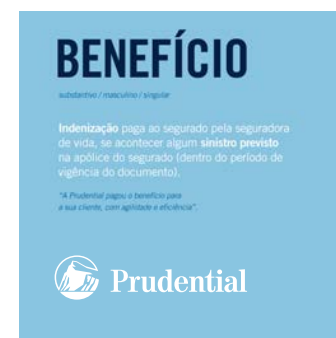
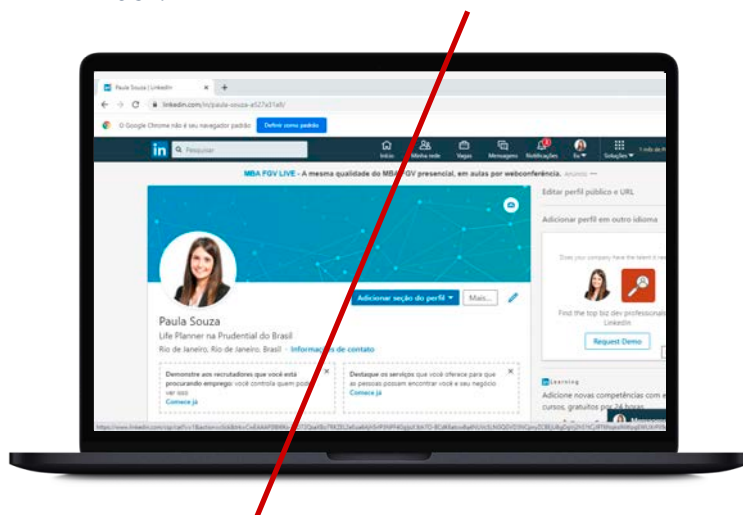
## DO'S

- Corretora Franqueada da Prudential do Brasil.
- O responsável técnico da Corretora Franqueada Life Planner deve deixar em evidência o cargo que ocupa na Corretora Franqueada. Exs.: sócio, responsável técnico, entre outros.
- Forma correta: Corretora Franqueada DA Prudential do Brasil.
- No campo “Experiência”, incluir a empresa franqueada e a posição que ocupa nela.
- É fundamental manter a clareza da relação entre a Corretora Franqueada e a Prudential do Brasil.
- As hashtags também merecem atenção. Elas comunicam e devem reforçar a relação entre a Corretora Franqueada e a Prudential do Brasil. Utilize #prudentialfranquia.
- Sempre utilizar a terceira pessoa para se referir à franqueadora: a Prudential do Brasil.



## DON'TS

- As páginas/domínios de site ou mídias sociais não devem ser criadas com o termo Life Planner nem com o nome Prudential do Brasil. Também não deve ser usada a marca da franqueadora nesses espaços.
- Forma incorreta: Corretora Franqueada NA Prudential do Brasil OU Life Planner DA Prudential do Brasil.



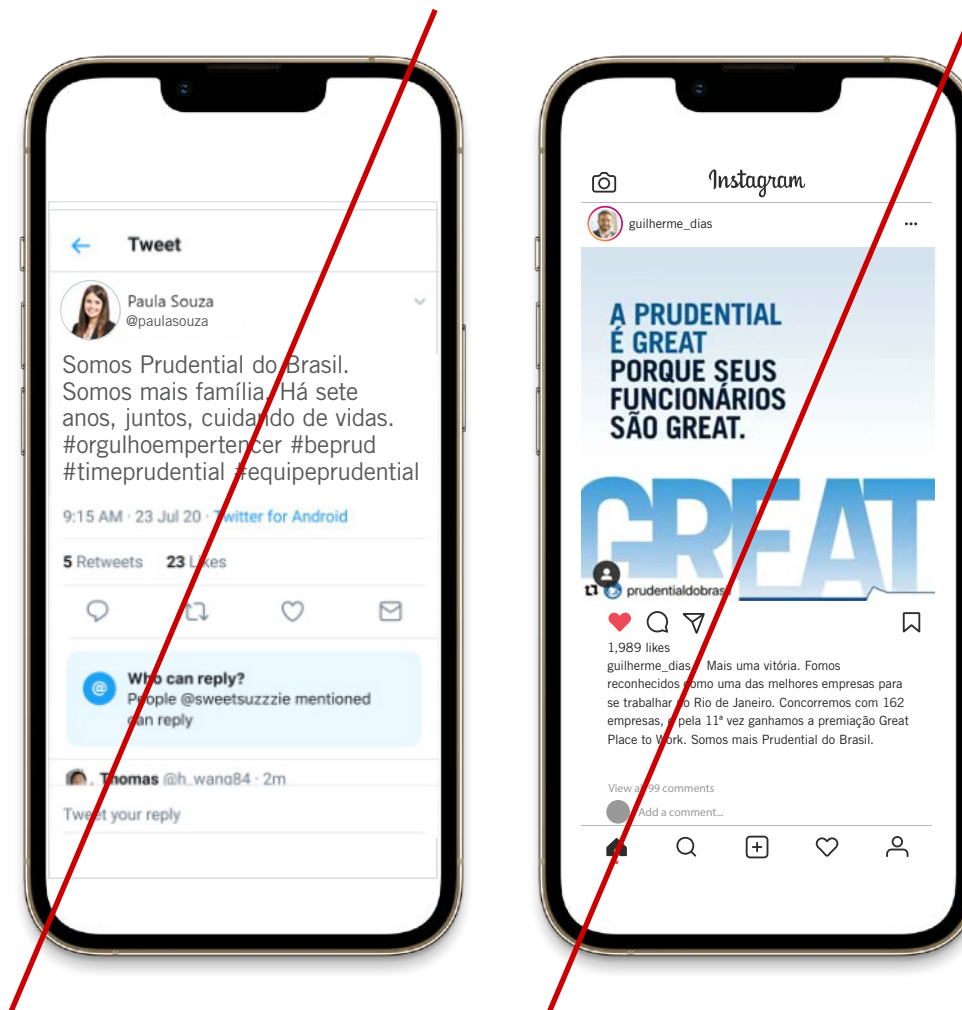
Arte original com a marca Prudential.

- Nenhuma alteração (corte ou inclusão) de recursos (logos, imagens e textos) pode ocorrer nas artes institucionais da Prudential do Brasil.

A republicação de layout, vídeos, posts ou gravações editadas, alterando o contexto do conteúdo original, pode caracterizar descumprimento da Lei de Direitos Autorais, que determina obrigatória a autorização prévia e expressa do autor para a utilização da obra (art. 29 da lei n. 9.610/98).

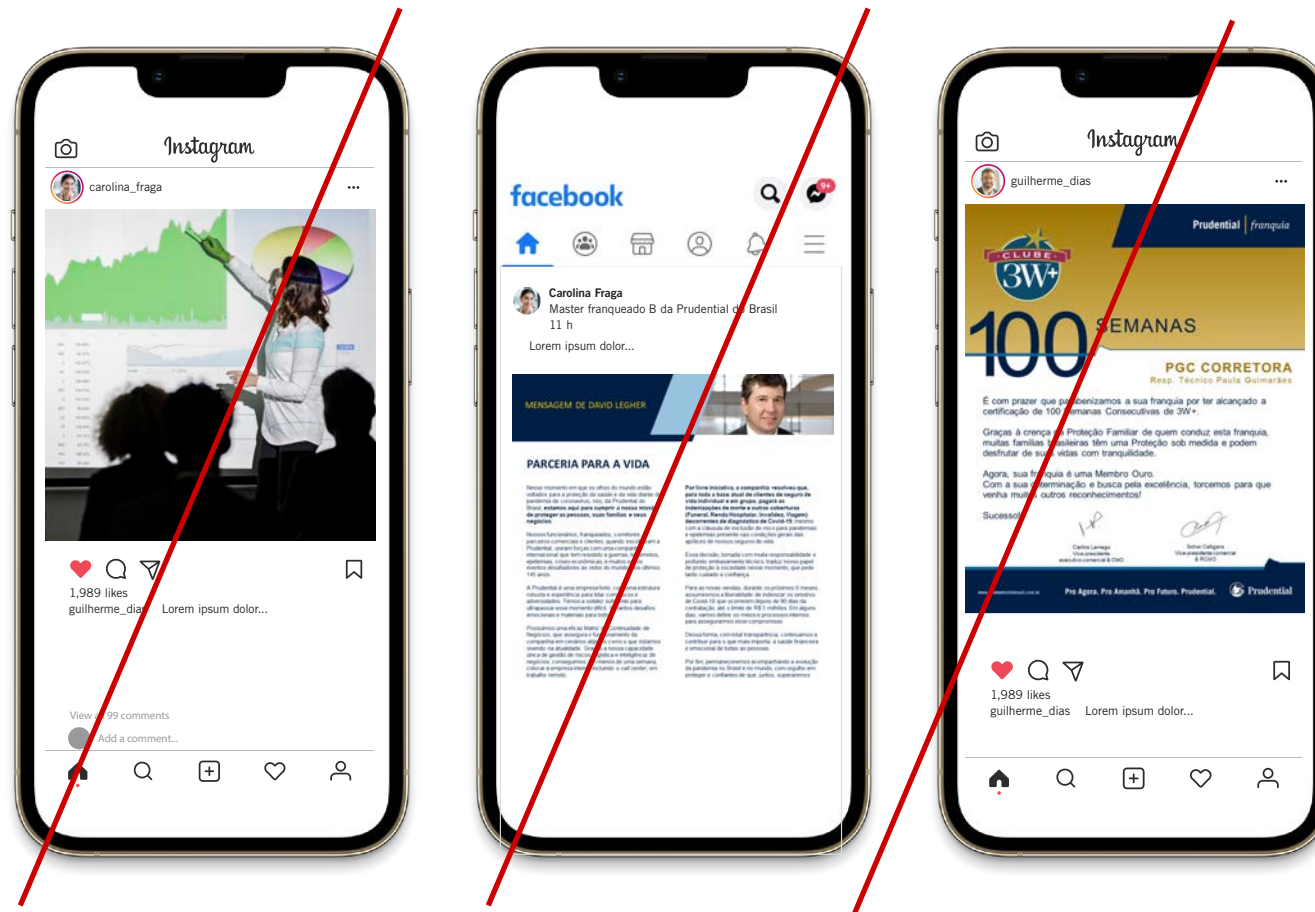
## DON'TS

- Este é mais um modelo que precisa de atenção. Reafirmamos: é necessário compreender a relação entre a franqueadora e a Corretora Franqueada, que não deve, em momento algum, sugerir vínculos diferenciados do que estiver disposto no contrato de franquia.
- A Corretora Franqueada precisa estar atenta às informações apropriadas dessa relação. Não é permitido o compartilhamento ou a divulgação de conteúdo que diz respeito à franqueadora e a seu público interno (funcionários), como postagem de mídias sociais sugerindo associação entre as partes Prudential e franquia.
- Atenção a termos, expressões e palavras que geram ambiguidade na relação entre a Corretora Franqueada e a Prudential do Brasil.
- As hashtags também merecem atenção: ao utilizá-las, cuidado para não gerar dúvidas que comprometam a relação entre a Corretora Franqueada e a Prudential do Brasil.
- Não é permitido repost de premiações que estão relacionadas aos funcionários e sem nenhum parâmetro de franquia.



## DON'TS

- Atenção ao público a que se destinam os comunicados e os e-mails da Prudential do Brasil. Não são permitidas veiculações de conteúdos confidenciais nem comunicações internas nas redes sociais.
- Não publique fotos nem vídeos de eventos que contenham informações estratégicas da Prudential do Brasil ou sobre seus produtos. Materiais impressos com esse tipo de conteúdo também não devem ser divulgados em mídias externas.
- Não podem ser publicados, em redes sociais, campanha ou outros meios de divulgação externos, materiais confidenciais ou estratégicos da Prudential do Brasil, bem como dados ou informações sobre clientes.





# RESUMO

## DO'S

- Em qualquer publicação, as Corretoras Franqueadas devem se referir à Prudential do Brasil como franqueadora, deixando clara a relação de independência, autonomia e de negócio existente entre as modalidades de franquia e entre as Corretoras Franqueadas e a Prudential do Brasil.
- Publicar fotos e vídeos de eventos de premiações, ações/campanhas e brindes oficiais promovidos pela franqueadora.
- Compartilhar vídeos do canal oficial da Prudential do Brasil no YouTube, registrando a fonte de origem da mídia e não alterando o conteúdo.
- Divulgar peças/materiais oficiais de premiações, como troféus e placas, sempre com a indicação da razão social da Corretora Franqueada.
- Na descrição de perfil em redes sociais, é preciso deixar clara a atuação como empreendedor, dono de uma Corretora Franqueada Life Planner da Prudential do Brasil.
- Utilizar o co-branding em publicações nas redes sociais.
- No LinkedIn, usar, no campo "Experiência", a empresa franqueada e a posição/cargo que ocupa, e não a Prudential do Brasil.
- A marca Prudential sempre deve ser entendida como selo Corretora Franqueada.

## DON'TS

- Publicar peças produzidas pela rede de franquia apenas com aplicação da marca da Prudential.
- Criar páginas com o termo Life Planner ou Prudential no nome, ou utilizar a marca da Prudential como foto de Perfil/Experiência.
- Publicar, divulgar, compartilhar quaisquer materiais/informações confidenciais.
- Publicar fotos/vídeos de brindes/materiais/eventos produzidos/realizados pelas Corretoras Franqueadas nos pontos de apoio, nas estações de apoio ou em outros locais que não sejam eventos ou materiais oficiais produzidos pela própria franqueadora, como patrocínios, eventos e demais materiais disponibilizados em que apareça qualquer referência à Prudential, como logo, nome etc.
- Publicar fotos/vídeos de eventos estratégicos em que apareçam conteúdos como apresentação, folders e demais materiais com informações estratégicas sobre a Prudential e seus produtos ou informações confidenciais.
- Publicar quaisquer comunicados que tenham sido enviados pela franqueadora (por exemplo, e-mail de divulgação, documentos etc.), salvo se expressamente autorizado pela franqueadora.
- Utilizar termos, expressões ou palavras que geram ambiguidade no relacionamento entre a Corretora Franqueada e a Prudential do Brasil.
- Informar que é Corretora Franqueada NA Prudential do Brasil.
- Na identidade da Corretora Franqueada, não é permitido o uso do logo nem da palavra Prudential, nem mesmo o rochedo ou o termo Life Planner.
- Nenhuma alteração (corte ou inclusão) de recursos (logos, imagens e textos) pode ocorrer nas artes institucionais da Prudential do Brasil.





## LIVES, VÍDEOS E TREINAMENTOS

Ao promover e participar de lives da corretora de seguros, o responsável técnico deve observar alguns cuidados básicos:

- Não agir como porta-voz da Prudential do Brasil.
- Sempre se referir à Prudential do Brasil e citá-la como franqueadora, na terceira pessoa.

### VÍDEOS E TREINAMENTOS PRODUZIDOS PELAS EMPRESAS FRANQUEADAS

Caso a franqueada queira fazer um vídeo referente à sua empresa franqueada para divulgação nas mídias sociais, palestras ou outros meios de comunicação, seja qual for o assunto, há a necessidade expressa de enviar antecipadamente o material para validação da área de Consultoria de Franquias.

E-mail: [consultoriadefranquias@prudential.com](mailto:consultoriadefranquias@prudential.com)



### IMPORTANTE

A Corretora Franqueada pode divulgar a live com o patrocínio da Prudential do Brasil desde que o patrocínio tenha sido aprovado previamente pela franqueadora. As solicitações de patrocínio de lives organizadas por Corretoras Franqueadas podem ser feitas junto à área de Franquias.

## EVENTOS E PALESTRAS

A participação da Corretora Franqueada/Master Franqueada em eventos e palestras contribui para a definição das estratégias comerciais e para a construção de parcerias, entre outras alavancas para o negócio.

A escolha sobre o evento do qual participar deve ser feita de forma criteriosa. Analisar o histórico do evento, bem como o de participantes ou de patrocinadores anteriores, pode ser bom indicador para uma primeira avaliação.

Definida a participação, itens como local, número de participantes, logística, equipamentos, área de estoque de materiais e infraestrutura devem ser cautelosamente avaliados e planejados preferencialmente com o auxílio de um checklist. Também é indicada a utilização de uma agência especializada nesse tipo de ação para auxiliar na execução.

A realização ou a participação de Corretoras Franqueadas da Prudential do Brasil com o objetivo de divulgar a franquia em eventos, seminários, workshops e palestras pode gerar pontos no Programa de Excelência da Franquia (PEF). Para dúvidas ou envio de evidências da participação no evento, mande um e-mail para [consultoriadefranquias@prudential.com](mailto:consultoriadefranquias@prudential.com).



### IMPORTANTE

- Avaliar e estudar o perfil do público-alvo convidado.
- Definir o tipo de palestra: informativa, persuasiva ou motivacional.
- Escolher a disposição adequada do mobiliário em função da quantidade de pessoas ou do tipo de apresentação.
- Prestar atenção à infraestrutura, como iluminação, sonorização, quantidade de tomadas, voltagem, recursos audiovisuais (quadro branco, projetor, microfone etc.).
- Oferecer material de apoio para os convidados, como pasta, bloco de anotações, caneta, cartão de visitas, entre outros.
- Não é permitida a utilização de terminologias usadas na Prudential, como OI, FF, PC, TA, OT, Infocliente, entre outras apresentadas no dia a dia da rotina da Corretora Franqueada/Master Franqueada.



## PUBLICIDADE (ONLINE E OFFLINE)

A Corretora Franqueada está autorizada a fazer publicidade online (impulsioneamento de post, Google Ads etc.) ou offline (jornais, revistas, veiculação em TV etc.) desde que a peça de divulgação respeite todas as orientações de aplicação de marca e conteúdo.

## RELAÇÕES PÚBLICAS

A divulgação da marca Prudential do Brasil na mídia geral, incluindo entrevistas, depoimentos, fotos, entre outros, em qualquer mídia de divulgação, como redes sociais, blogs, revistas, jornais, sites, rádio e TV, é conduzida pela área de Marketing Institucional da franqueadora.

Somente estão autorizados a falar em nome da companhia os porta-vozes oficiais, conforme definição da equipe de Marketing & Insights.

A mídia é o ponto de contato entre a marca Prudential e os formadores de opinião, como jornalistas, influenciadores e outros. Dessa forma, as Corretoras Franqueadas da Prudential do Brasil não estão autorizadas a falar em nome da franqueadora sobre quaisquer assuntos, incluindo projetos, estratégia, posicionamento etc.

Qualquer oportunidade envolvendo a marca Prudential com a imprensa deve ser previamente enviada por e-mail para a franqueadora. A área entrará em contato com o solicitante para orientá-lo da melhor forma sobre como aproveitar esse contato, respeitando as normas que sustentam a imagem da franqueadora e a relação de franquia.

E-mail: [marketinginstitucional@prudential.com](mailto:marketinginstitucional@prudential.com)



### IMPORTANTE

- Os responsáveis técnicos das Corretoras Franqueadas estão autorizados a falar com a imprensa, apresentando-se como sócios ou donos da Corretora Franqueada, sobre os temas relacionados à abordagem de venda, como o despertar e a importância do seguro de vida, cultura de proteção no país e dados de mercado.
- Apenas os porta-vozes oficiais da Prudential do Brasil têm autorização para falar em nome da empresa. Nenhuma unidade de franquia está autorizada a falar em nome da franqueadora. Caberá à franqueadora se manifestar sobre a empresa, o modelo de negócio, o modelo de franquias, as iniciativas e os programas institucionais, as estratégias, os resultados financeiros, o desempenho por região e de produtos etc.

# 4

## CONTEÚDOS DA PRUDENTIAL PARA AS CORRETORAS FRANQUEADAS

### ASSINATURA DE E-MAIL PARA AS EMPRESAS FRANQUEADAS

Entre os serviços oferecidos à Corretora Franqueada, a Prudential do Brasil disponibiliza um domínio de e-mail @prudentialfranquia.com.br para uso pela rede de franquias.

Caso as Corretoras Franqueadas/Master Franqueadas tenham interesse em utilizar a marca da Prudential na assinatura de e-mail, deverão utilizar a assinatura seguindo também as orientações do Manual de Co-Branding.

#### EXEMPLO

**Paula Souza**

LIFE Corretora de Seguros LTDA.

Responsável Técnica da Corretora Franqueada da Prudential do Brasil

T +55 21 3125-5536

C +55 21 93125-5556



Corretora Franqueada



## E-MAIL DE PREPOSTOS/ ASSISTENTES

Com o intuito de padronizar o atendimento aos clientes e preservar a unidade da rede, a assinatura de e-mail de colaboradores da Corretora Franqueada deve seguir o modelo:

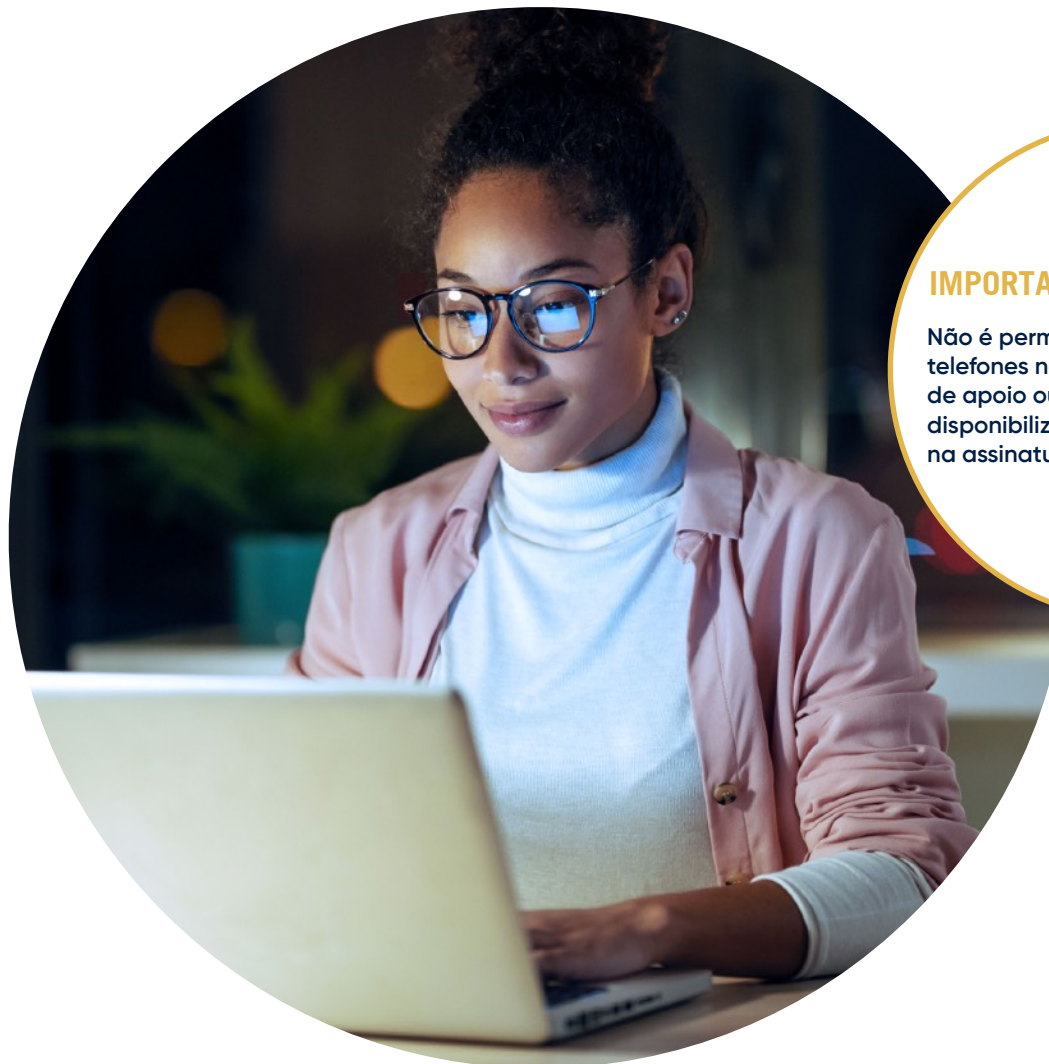
### EXEMPLO

#### Nome e sobrenome

Razão Social da Corretora Franqueada  
Preposto ou Assistente

T.+55 01 3333.3333

C.+55 01 9999.9999



### IMPORTANTE

Não é permitida a indicação de telefones nem de endereços dos pontos de apoio ou das estações de apoio disponibilizados pela franqueadora na assinatura de e-mail.



## MATERIAIS DE ABORDAGEM

Os materiais de abordagem para a comercialização dos produtos são fornecidos pela franqueadora e ficam disponíveis, na versão física, nos pontos de apoio ou nas estações de apoio, e, na versão digital, no PruEAD+ (Academia de Negócios > Midiateca > Materiais para clientes).

De acordo com os padrões do modelo de franquia da Prudential, os materiais são de uso exclusivo para abordagem individual e pessoal.

Os materiais de abordagem para a comercialização dos produtos incluem:

- Brochura institucional (versões física e digital animada).
- Folheto "O Futuro".
- Descrições aprovadas.
- Formulário de enquête.
- Folheto "A Importância de Fazer Exames".

## PRUEAD+

Por meio da plataforma PruEAD+, as Corretoras Franqueadas acessam conteúdos e treinamentos relacionados ao negócio, ampliando o conhecimento e contribuindo para uma performance contínua de excelência.

A plataforma dispõe de uma série de funcionalidades e ferramentas para tornar o aprendizado mais dinâmico, completo e flexível.

A seguir, destaque para algumas dessas funcionalidades:

- Cursos & Trilhas: treinamentos diversos por modalidade.
- PruFlix: webséries, PruTalks, pilulas etc.
- Midiateca: manuais, guias, FAQs etc.
- Top 5: os conteúdos mais assistidos pelas franquias.
- Agenda: calendário anual dos eventos de treinamento.
- PruConnection: lives ao vivo.
- Recomendações de conteúdo: IA sugerindo conteúdos conforme o interesse de cada franquia.
- Quiz.
- Games.



VIDAS *QUE*  
PROTEGEM  
SEGUNDA TEMPORADA



# CONTEÚDOS E AÇÕES DAS CORRETORAS FRANQUEADAS

# 5

## PROCESSO DE PRODUÇÃO DE MATERIAIS (BRINDES)

A franqueadora disponibiliza alguns modelos de brinde pré-aprovados a fim de facilitar escolhas adequadas pela rede de franquia.

A lista completa de brindes está presente no Catálogo de Brindes, no PruEAD+: [Academia](#) > [Biblioteca](#) [Gestão de Franquia](#) > [Midiateca](#) > [Marketing para o seu negócio](#).

Cada empresa tem autonomia para escolher o fornecedor indicado ou qualquer outro de sua preferência.

A franqueadora sugere que os presentes oferecidos ou recebidos sejam considerados de forma agregada por ano corrente, por indivíduo que ofereceu ou recebeu, de acordo com as normas da seção 10 do Manual de Compliance da franqueadora.

Os presentes incluem bens e serviços, como chocolates, cestas de frutas, flores, itens promocionais, assinaturas de revistas ou descontos em bens e serviços, embora não se limitem a isso.





A Corretora Franqueada pode utilizar outros brindes, mas levando em consideração os seguintes critérios para sua produção:

1. **Utilidade:** algo que o público-alvo vai usar.
2. **Adequação:** encaixe no evento/necessidade.
3. **Neutralidade:** livre de ideologias ou que não exclua um nicho social.
4. **Moral:** nada que possa ser considerado ofensivo por um grupo social.
5. **Estética:** design neutro e materiais de qualidade.

Caso queira utilizar a marca da Corretora Franqueada ou o selo Corretora Franqueada com a Prudential no brinde, a aplicação deve seguir o formato de co-branding.

Acesse o guia de instruções de co-branding para verificar as orientações específicas para brindes a partir da p. 7.

## PRUDENTIAL STORE

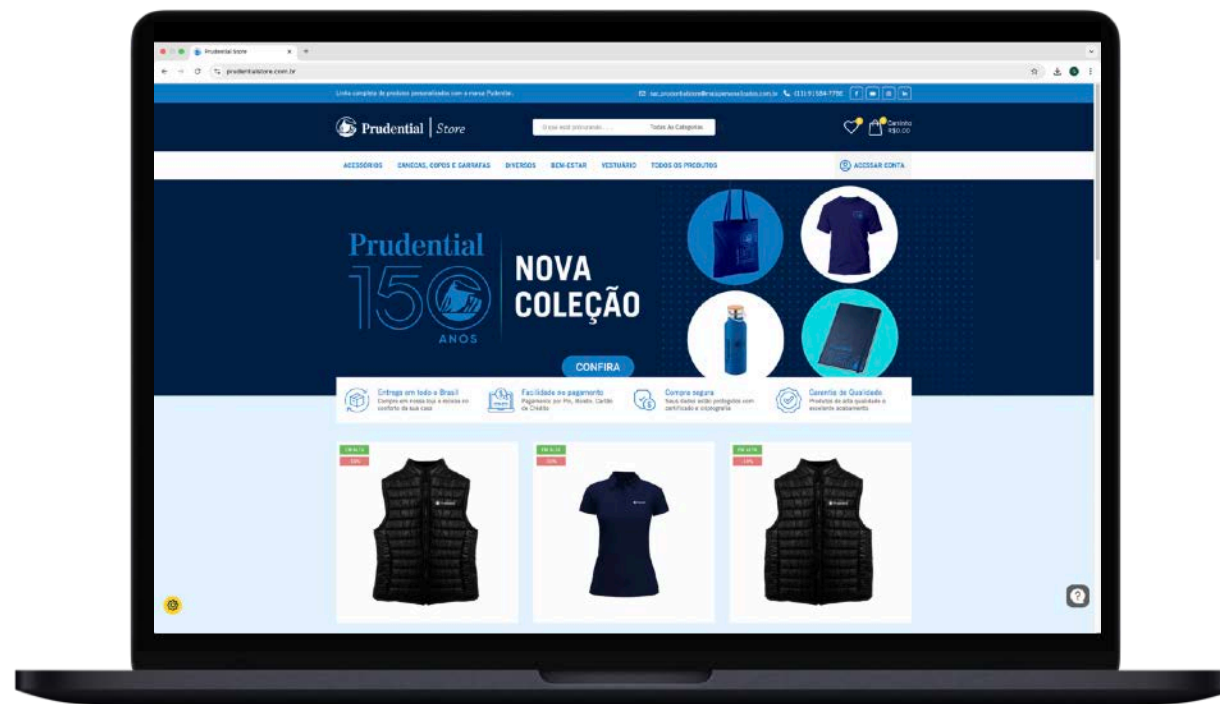
A Prudential Store é a loja virtual oficial da Prudential do Brasil, onde são oferecidos produtos personalizados e exclusivos da marca. Você pode encontrar uma variedade de itens, como vestuário, acessórios, artigos de bem-estar, entre outros.

Esses produtos são ideais para quem deseja incorporar a marca Prudential no dia a dia ou presentear algum cliente com itens diferenciados.

A loja oferece uma experiência de compra segura e prática, com diversas opções de pagamento e atendimento dedicado ao cliente.

Para explorar os produtos disponíveis e realizar compras, você pode acessar o site oficial da Prudential Store:

<https://prudentialstore.com.br/>



## PATROCÍNIOS A EVENTOS

### Patrocínios com viés comercial para a Corretora Franqueada

Os patrocínios que visam beneficiar os negócios da Corretora Franqueada devem ser realizados pela própria corretora. Caso queira incluir a Prudential como apoiadora nas peças de divulgação do evento/ação, deve ser utilizado o formato de co-branding.

Não é permitido incluir a Prudential como patrocinadora ou apoiadora com a marca aplicada individualmente.

A Prudential conta com uma estratégia de marca que é suportada por alguns pilares, territórios e critérios que as Corretoras Franqueadas devem levar em consideração na decisão de um patrocínio comercial:

### DO'S

- Associação da empresa a temas como saúde financeira (educação financeira e empreendedorismo), saúde física (esporte, bem-estar e prevenção ao câncer) e saúde mental (música, teatro e cinema).
- Relacionar com o símbolo da marca, o rochedo (Prudential Rock), símbolo que representa força, estabilidade, experiência e inovação.
- Relacionamento comercial relevante.
- Fornecer experiência única aos nossos clientes atuais e potenciais.
- Promover ações que transformam vidas, impactam o meio ambiente e criam oportunidades.
- Estar devidamente regularizado, obedecendo ao ordenamento legal vigente.
- Que suas práticas de atuação estejam de acordo com a lei, não podendo ter recebido penalidades ou condenação definitiva em temas correlatos ao objeto do apoio.

### DON'TS

As seguintes modalidades de projeto não são recomendadas para os patrocínios da corretora:

- Que não estejam alinhadas com os valores essenciais da Prudential do Brasil.
- De cunho político-partidário.
- Que incentivem violência, uso de drogas e de bebidas alcoólicas.
- Ligadas a jogos de azar ou especulativos.
- Consideradas ofensivas, vulgares ou discriminatórias.
- Contrárias às disposições legais e constitucionais.
- Que tenham envolvimento com trabalho análogo ao escravo, exploração infantil ou sexual.
- Prejudiciais ao meio ambiente.

O patrocínio/apoio a eventos pode gerar pontos no Programa de Excelência da Franquia (PEF). Para dúvidas ou envio de evidências do patrocínio/apoio, mande um e-mail para

[consultoriadefranquias@prudential.com](mailto:consultoriadefranquias@prudential.com)



## PATROCÍNIOS COM VIÉS INSTITUCIONAL DE OPORTUNIDADE PARA A PRUDENTIAL

Todas as propostas de patrocínio recebidas são avaliadas de acordo com essas premissas e com o budget disponível. Como o orçamento anual é definido no ano anterior, os patrocínios precisam de certa antecedência para poderem ser considerados.

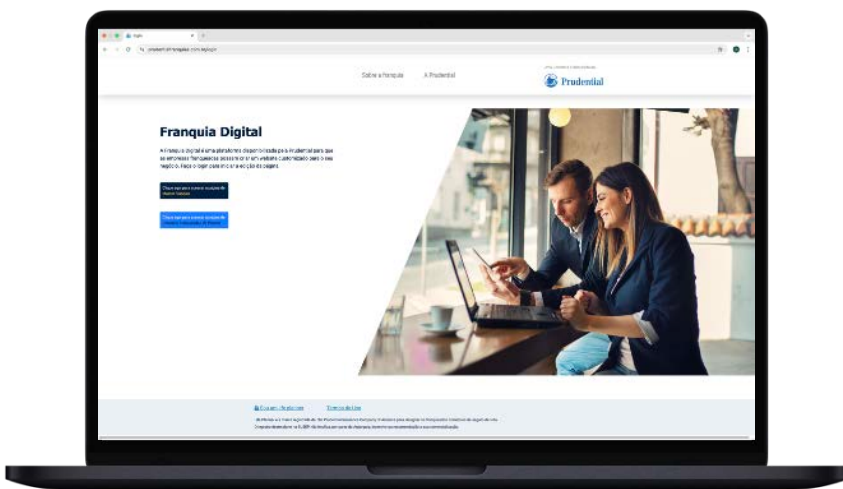
Para indicar uma oportunidade de patrocínio, as propostas deverão ser encaminhadas para a área de Marketing:

[marketinginstitucional@prudential.com](mailto:marketinginstitucional@prudential.com)

Obs.: a Prudential do Brasil não participa de premiações atreladas ao pagamento de taxas ou a incentivos prévios.

## FRANQUIA DIGITAL

A Franquia Digital é uma plataforma digital disponibilizada pela franqueadora para que as Corretoras Franqueadas e as Master Franqueadas possam criar um website customizado para o seu negócio. Corretoras Franqueadas Life Planner podem fortalecer ainda mais o seu relacionamento com clientes atuais e em prospecção. Já as Master Franqueadas podem utilizar a página para divulgar a oportunidade de empreender com a Prudential.



### VANTAGENS

- Site gratuito para as empresas franqueadas.
- Fortalecimento da presença digital.
- Divulgação da Corretora Franqueada por meio de um canal digital.
- Geração de novas oportunidades de negócios.
- Para ativar a página Franquia Digital, basta inserir foto, logo e descrição da empresa franqueada.
- Após a conclusão da página, é possível divulgá-la em redes sociais e enviá-la a clientes/interessados na franquia, sendo mais uma forma de contato para ajudar nos negócios.

Acesse: [www.prudentialfranquias.com.br/login](http://www.prudentialfranquias.com.br/login)



## SITES (DOMÍNIOS E APLICAÇÃO DE MARCA)

Caso a Corretora Franqueada Life Planner deseje criar uma página própria para apoiar na divulgação de seus negócios, a franqueadora disponibiliza a Franquia Digital, uma ferramenta de criação e de aprovação de páginas.

Para ativar sua página, as Corretoras Franqueadas e as Master Franqueadas devem acessar o site:

[www.prudentialfranquias.com.br/login](http://www.prudentialfranquias.com.br/login)

Para mais informações, acesse o Guia Rápido de Utilização, disponível na LP Online, em [Biblioteca > Dicas > Guia Rápido](#).

Acesse também no PruEAD+, em [Home > Academia Gestão de Franquia > Midiateca > Franquia](#).

Caso a Corretora Franqueada tenha um site externo e deseje aplicar a marca da Prudential, ou o termo Life Planner, ou qualquer informação relacionada à franqueadora ou aos produtos, a Corretora Franqueada deve seguir as orientações descritas no Manual de Co-Branding e demais orientações deste manual.



Em caso de dúvidas ou envio dessa página como evidência para pontuação no Programa de Excelência da Franquia (PEF), mande um e-mail para:

[consultoriadefranquias@prudential.com](mailto:consultoriadefranquias@prudential.com)





## IMPORTANTE

Para a criação de sites externos, indicamos que sejam utilizados textos que são de acesso público, como os presentes em materiais de abordagem e no site da empresa. Confira exemplos.

### Sobre a Prudential

No Brasil desde 1998, a Prudential é especialista em vida e a maior seguradora independente nesse segmento no país (excluindo VGBL). Hoje tem mais de 4 milhões de vidas seguradas e já retornou para a sociedade cerca de R\$ 3,5 bilhões em benefícios pagos. Desde 2004, atua com o modelo de franquia em seguro de vida por meio de Corretoras Franqueadas cujos responsáveis técnicos são designados Life Planner.

A Prudential do Brasil nasceu da Prudential Financial, uma das maiores instituições financeiras do mundo, que opera em mais de 50 países, com aproximadamente US\$ 1,4 trilhão de ativos sob gestão.

### Principais soluções

- **Morte:** o seguro de vida individual é a proteção fundamental para manter a qualidade de vida e o padrão financeiro da sua família diante de uma fatalidade.

- **Invalidez:** caso haja uma invalidez permanente e parcial ou total por acidente, o seguro de vida ajuda a manter o padrão financeiro.
- **Doenças Graves:** muita gente não sabe, mas o seguro de vida não é só para morte. Ele ajuda em momentos delicados, como em uma doença grave e com os custos envolvidos no tratamento.
- **Sucessão Empresarial:** o seguro voltado para a sucessão empresarial proporciona liquidez para adquirir a parte da empresa que ficaria para os herdeiros legais no caso de falecimento de um sócio.

### O que é o Corretor Franqueado Life Planner?

Life Planner é o sócio e responsável técnico de uma corretora de seguros franqueada da Prudential do Brasil. É responsável por levar o seguro de vida individual para a sociedade, oferecendo segurança financeira personalizada aos clientes, suas famílias e empresas.



## MATERIAIS/CONTEÚDOS ABORDANDO PRODUTOS DA PRUDENTIAL DO BRASIL

Qualquer material ou conteúdo abordando produtos da seguradora deve ter aprovação prévia da área de Produtos, enviando a solicitação para a área de Consultoria de Franquias.

Indicamos a utilização de materiais já disponibilizados pela franqueadora, como landing pages e folhetos de compartilhamento permitidos.

Caso a Corretora Franqueada queira criar um material personalizado da sua franquia e que aborde os produtos da Prudential, deverá utilizar a aplicação do co-branding.

Acesse PruEAD+: Home > Negócios > Mideoteca > Produtos



### IMPORTANTE!

Diante do envolvimento de mais de uma área da franqueadora na aprovação, o processo pode levar um tempo maior de avaliação e de retorno à Corretora Franqueada.



# PONTOS DE APOIO/ ESTAÇÕES DE APOIO



## AMBIENTES DISPONIBILIZADOS PELA FRANQUEADORA

- São disponibilizados pela franqueadora espaços em diversas localidades para utilização como ponto de apoio ou estação de apoio para as Corretoras Franqueadas mediante pagamento de Taxa de Ocupação de Espaço.
- Os pontos de apoio e as estações de apoio não poderão sofrer nenhuma alteração sem aprovação prévia. A padronização do ambiente deve ser mantida por todas as franquias que utilizarem o local.
- As Corretoras Franqueadas não estão autorizadas a utilizar o espaço de balcão em pontos de apoio ou em estações de apoio para fixação de material promocional.



## APLICAÇÃO DE ADESIVO NAS PAREDES DO PONTO DE APOIO

Só será permitida a aplicação de adesivos que contenham conteúdos previamente aprovados e estejam relacionados ao negócio. O espaço para esse tipo de exposição dentro do ponto de apoio ou da estação de apoio também deve ser aprovado pela franqueadora junto à área de Consultoria de Franquias.

## CARTAZES DE CAMPANHAS PROMOCIONAIS – PTC/PIIC/WORKSHOP

Os cartazes de campanhas realizadas pela franqueadora serão aplicados conforme layout disponível no ponto de apoio ou na estação de apoio. A televisão de Marketing Promocional dentro do ponto de apoio ou da estação de apoio também realiza a reprodução das campanhas correntes.

## FOTOS NO LOCAL

Fotos tiradas dentro do ponto de apoio ou da estação de apoio da franqueadora não devem ser publicadas em redes sociais, dando a conotação de escritório das Corretoras Franqueadas.

A Corretora Franqueada tem liberdade para utilizar outros escritórios da Prudential ou no sistema home-based.

## DON'TS

- Não é permitido tirar fotos ou gravar vídeos de conteúdos apresentados por funcionários da franqueadora nos pontos de apoio ou nas estações de apoio.
- Não é permitido utilizar o endereço do ponto de apoio ou das estações de apoio nos cartões de visita ou nos materiais produzidos pelas empresas franqueadas.
- Também não é permitido que terceiros que tenham acesso aos pontos ou às estações de apoio por convite das Corretoras Franqueadas tirem fotos ou vídeos, especialmente para fins comerciais, como uso em redes sociais ou em outras mídias, sem autorização prévia da franqueadora.

**PIIC 2025.**  
**VOCÊ ENTRE**  
**OS MELHORES**  
**DO MUNDO.**

**PIIC 2025**  
**SAN DIEGO**

**AGOSTO 6-10**  
**MARRIOTT MARQUIS**  
**SAN DIEGO MARINA**

# 7

## DISCIPLINA E SANÇÕES

De acordo com o Manual de Franquia e o Manual de Compliance, cabe a toda Corretora Franqueada agir de acordo com as leis aplicáveis, os termos do contrato de franquia, as políticas, os manuais, os guias, os procedimentos e as orientações da franqueadora.

O descumprimento e as condutas contrárias serão passíveis de análise pelo Comitê de Franquia, que avaliará qualquer conduta que esteja em desacordo com as orientações deste manual, como a criação de materiais com aplicação de marca da Prudential de forma indevida ou publicações em mídias sociais em desacordo com o manual.

As medidas cabíveis serão deliberadas pelo Comitê de Franquia de acordo com o grau de severidade.

O grau de severidade pode ser impactado de acordo com a consequência da conduta imprópria, como, por exemplo, publicação que tenha impacto na reputação da marca ou na imagem da Prudential, e com o histórico de conduta imprópria avaliada e sancionada anteriormente.

Independentemente da avaliação e da sanção aplicada pelo Comitê de Franquia, conforme previsto no contrato de franquia, a utilização da marca em desacordo com o previsto nos manuais, em qualquer meio ou ambiente, incluindo mídias sociais, implicará a multa diária fixada em R\$ 500 (quinhentos reais) até que seja cessado o descumprimento.



**Prudential** | *franquia*



**Prudential**

[www.prudential.com.br](http://www.prudential.com.br)



/prudentialdobrasil



@prudentialdobrasil



/company/franquia-prudential-do-brasil/



Prudential do Brasil

ANTERIOR