



Protegendo imprevistos

*O mundo está cheio de
imprevistos que nem imagina.
A pensar nesta premissa,
a Ageas Seguros desenvolveu
uma campanha inovadora
que destaca a importância
da protecção como forma de
minimizar os impactos desses
mesmos imprevistos*

Os imprevistos podem acontecer a qualquer um, em qualquer lugar, tendo sido este o mote para a mais recente iniciativa da Ageas Seguros. A marca desenvolveu uma campanha publicitária, que contou com a participação de Rui Unas, Nuno Távora e Ana Guiomar, passando a mensagem da importância da protecção para imprevistos que acontecem frequentemente. «Quisemos apostar numa abordagem disruptiva, fortemente humorística e que estivesse acompanhada de um tom simples e de entretenimento que conseguisse explicar a importância da protecção e o papel do mediador nessa ligação», afirma Alexandra Catalão, directora de Marketing da Ageas Seguros.

A responsável refere que o resultado final é extremamente positivo e permitirá reforçar a notoriedade da marca e a confiança com os clientes.

O que motivou a Ageas Seguros a desenvolver uma campanha focada nos imprevistos do dia-a-dia?

Quando partimos para esta estratégia de comunicação pretendíamos uma campanha simples, directa em termos de conteúdo e de entretenimento, que conseguisse explicar a importância da protecção e o papel do mediador na relação com o cliente. A campanha tinha que ter uma abordagem disruptiva e fortemente humorística. A partir daqui, os imprevistos que acontecem na nossa vida foram o ponto de partida.

Que resultados espera a Ageas Seguros atingir com esta campanha?

Impulsionar a notoriedade da nossa marca até final do ano, reforçando o posicionamento como referência no mercado segurador nos eixos da inovação e diferenciação. Pretendemos aumentar a percepção da Ageas Seguros como marca de confiança que veio colorir o mundo dos seguros e consciencializar os clientes para os imprevistos e riscos a que estamos expostos diariamente. Tudo isto através de uma história leve e simples com vários episódios, permitindo ao espectador um maior esclarecimento em relação ao papel da seguradora e do mediador.

A campanha irá alterar a percepção da Ageas Seguros junto do público?

Somos uma marca que comunica de forma regular com os seus clientes e que está presente na vida das pessoas em vários momentos. Mas é inevitável que esta campanha



Alexandra Catalão, directora de Marketing da Ageas Seguros



publicitária é uma das grandes apostas de comunicação da Ageas Seguros para este ano. Mais do que a projecção mediática que acarreta, importa que os consumidores percebam a confiança que podem depositar em nós e que entendam o nosso alerta para os riscos do dia-a-dia e da importância do seguro na protecção dos mesmos.

A campanha conta com a participação de Rui Unas, Nuno Távora e, na voz off, Ana Guiomar. Que balanço faz da escolha destes actores para esta iniciativa?

Toda a equipa envolvida, desde criativos, técnicos, realização e actores, foi excelente e muito profissional. Trabalhar com o Rui Unas foi fantástico. O ambiente é sempre o melhor e tudo se torna fácil porque ele é realmente extraordinário! O Nuno Távora, num registo diferente, é exactamente o mesmo, e encarnou muito bem o papel de mediador. A Ana Guiomar, sem estar fisicamente presente nas filmagens, foi a bússola através da sua voz inigualável e que acabou por ter um peso gigante na forma como tudo foi interpretado, quase instantaneamente. Até os sons dos imprevistos foram da sua autoria. O resultado final é extremamente positivo e estamos muito satisfeitos com a escolha do elenco e linha criativa.

Internamente, como foi percebida esta campanha?

A receptividade dos colaboradores e mediadores foi excelente, tendo sido os primeiros a conhecer esta nova campanha. Ao som





de uma banda e com a presença dos actores na sede da Ageas Seguros, puderam assistir, in loco, à representação do filme publicitário e os feedbacks registados foram muito positivos. Inclusive lançámos um passatempo a todos os colaboradores, convidando-os a recriar a campanha num cenário semelhante ao do filme publicitário.

Está em equação o desenvolvimento de mais campanhas do género?

A Ageas Seguros vai continuar a apostar em campanhas de comunicação muito fortes e teremos mais surpresas ao longo do ano. Esta nova linha de comunicação vai continuar. Podemos desvendar que ainda vão existir mais imprevistos divertidos e completamente surpreendentes.

Nas primeiras três semanas de Julho, a Ageas Seguros focou-se na comunicação dos serviços de assistência médica e veterinária ao domicílio. O que se pode esperar desta oferta de seguros?

Quando chega o momento de cuidar do que é mais importante, a família vem sempre em primeiro lugar. Reforçando a aposta na protecção, a Ageas Seguros lançou, no final do ano passado, o Casa Segura, um seguro multiriscos habitação com novas coberturas pensadas para facilitar o quotidiano familiar como, por exemplo, assistência médica e veterinária ao domicílio e serviços de beleza e spa em casa. Um seguro simples mas abrangente, permitindo ao cliente construir um plano de protecção à sua medida.

Quais os principais objectivos da Ageas Seguros para 2017?

Temos como principal objectivo posicionar a marca como uma referência no sector segurador e, para isso, queremos continuar a apostar em soluções e serviços inovadores no mercado e que aportem valor para os nossos clientes. Nesta fase continua a ser importante manter os níveis de energia e de empenho com o objectivo de alavancar o reconhecimento da Ageas Seguros a nível nacional. Queremos continuar a apostar numa imagem disruptiva, colorida e em que o papel do mediador é crucial no acompanhamento do cliente em todo o seu ciclo de vida.

Qual a evolução da Ageas Seguros no mercado português?

Em Abril de 2016, a Ageas Seguros passou a integrar o grupo Ageas, que conta com 190 anos de história e, desde esse momento que uma nova era começou a ser desenhada de raiz, a diversos níveis, representando desafios, oportunidades de melhorias e um novo e colorido olhar para o mercado segurador.

O que significa esta mudança?

Representou o culminar de todos os esforços desenvolvidos por equipas multidisciplinares, dando corpo à marca Ageas Seguros, que pretende entregar soluções e serviços inovadores ao mercado e, desta forma, tornar-se uma referência no mundo dos seguros. Com a assinatura de marca “um mundo para proteger o seu”, pretende afirmar-se pela protecção da vida e do futuro dos seus clientes. Sendo exemplo de inovação o Cartão Mundo Ageas Seguros, que materializa a compra do seguro e dá descontos directos numa rede alargada de parceiros.

O que diferencia a Ageas Seguros das outras seguradoras?

Um dos factores de diferenciação da marca advém do reconhecimento obtido, por exemplo, através de prémios dos consumidores como o Cinco Estrelas e o da ibero-americana Fundacom. Somos a primeira seguradora no mundo a incluir o código ColorADD (código de identificação de cores para daltónicos, desenvolvido pelo português Miguel Neiva) em todos os materiais de comunicação – exemplos que consolidam a nossa capacidade de acrescentar valor sustentado, conseguindo antecipar e superar as necessidades dos clientes, parceiros, colaboradores e comunidades onde estamos inseridos. ■