



Existe uma nova Médis que pensou em si

Há uma nova forma de pensar a saúde e uma nova Médis que pensou em tudo. E tudo é um Serviço Pessoal de Saúde

21 anos depois do seu lançamento, a Médis, seguradora de saúde do Grupo Ageas Portugal, apresenta-se ao mercado com uma identidade refrescada, baseada na realidade actual, mas virada para o futuro, sempre a pensar nas necessidades dos seus clientes.

Desde o início que a marca é pioneira e sinónimo de experiência, proximidade e inovação em Portugal. Sabendo que a saúde é diferente de pessoa para pessoa, a Médis criou um verdadeiro Serviço Pessoal de Saúde, onde o cliente e a saúde são vistos como um só. Um sistema integrado que está verdadeiramente

ao serviço de cada pessoa, disponibilizando médicos assistentes Médis escolhidos pelo cliente, enfermeiros disponíveis 24 horas por dia, todos os dias do ano, através da Linha Médis, ou uma app que guarda todo o historial de consultas e onde o acesso aos reembolsos das despesas é feito de forma intuitiva, com informações sobre o seguro e um novo cartão Médis no telemóvel. A Médis está em todos os canais, quando e sempre que for preciso.

Com a clara visão de que a saúde é diferente de indivíduo para indivíduo, a Médis adapta as suas propostas a cada cliente e a



Eduardo Consiglieri Pedroso, CEO da Médis

cada fase da sua vida, numa mutação constante, que faz uso da tecnologia de forma humanizada e adequada a cada um.

A nova identidade da marca está enquadrada na ambição e estratégia da Médis, de liderar, de estar ainda mais próxima e acessível, sendo pioneira em novas soluções e serviços, assente em parcerias fortes e, essencialmente, em ser o parceiro de saúde dos clientes, conforme refere Eduardo Consiglieri Pedroso, CEO da Médis.

Nova identidade corporativa

O dia 4 de Maio marcou o momento de viragem e de lançamento da nova marca no mercado, com a apresentação a colaboradores e parceiros, em Lisboa, no Encontro Médis 2018. O Time Out Market Lisboa coloriu-se com as novas cores Médis e recebeu centenas de convidados para dar a conhecer a nova identidade visual da marca, materiais de comunicação e campanha de media.

O racional foi fácil de explicar à plateia, pois, tal como cada um de nós vai mudando a sua relação com a saúde ao longo da vida, também a Médis acompanha e, em muitos casos, antecipa essa mudança.

Em duas décadas, a Médis conseguiu marcar o seu lugar na vida dos portugueses, graças à sua proposta de valor e ao sucesso da sua marca. Focada no futuro, os novos desafios exigem uma nova ambição e também uma nova imagem.

Para o CEO da Médis, «a nossa marca tem de representar-nos de forma fiel, correspondendo e espelhando os valores, os desafios e as necessidades actuais. Queremos ser o parceiro de confiança nas decisões de saúde dos nossos clientes, com interações personalizadas e simples no acesso a cuidados médicos de referência, impulsionadas por soluções digitais. Queremos convidar os nossos clientes a terem uma participação e relação activa e diária connosco, tornando real e visível a gestão da sua saúde. Vamos continuar a assegurar uma relação equilibrada com prestadores e aumentar o alinhamento para a prestação de cuidados de saúde eficientes. E vamos, sem dúvida, consolidar o nosso compromisso para com a sociedade, apostando em soluções de saúde preventivas, contribuindo para uma sociedade mais saudável e com mais qualidade de vida. Não somos apenas uma Médis, somos tantas quantos os nossos clientes.»

A nova marca é composta por formas que representam a base do movimento e rodam à volta de um eixo vertical. Esta rotação aproxima a figura da cruz, que representa a saúde, à figura humana, que simboliza cada pessoa. Uma Médis que envolve, que se molda e se ajusta, num equilíbrio permanente entre estes dois elementos. As cores mantêm-se o verde e azul, cores da categoria que reforçam a identidade da marca: segura e confiável.

Ainda durante o evento, foi apresentada em primeira mão a nova campanha publicitária, desenvolvida pela agência Young &





Campanha publicitária Médis



Sessão fotográfica com colaboradores Médis



Avaliação de saúde na corrida Marginal Douro

dis foi considerada a marca de seguros de saúde mais reputada no mercado nacional.

Próxima dos portugueses

Para reforçar a nova marca junto dos portugueses e dar expressão à sua assinatura “Faz bem à Saúde”, a Médis voltou a patrocinar a Corrida Médis Marginal Douro, sensibilizando para a importância da actividade física.

Já com a nova identidade visual, a marca apresentou-se mais moderna e colorida, com várias surpresas que acompanharam esta prova do início ao fim. Houve ainda tempo para a realização de avaliações de saúde com enfermeiras Médis.

Este Verão, a marca vai mais longe e rumará a Sul do País durante o mês de Agosto para surpreender os banhistas de cinco praias diferentes com o objectivo de promover a saúde e bem-estar e, é claro, estar sempre próxima dos seus clientes.

Monitorizar a saúde nas farmácias

A Go Far oferece uma solução inovadora na prestação de cuidados de saúde aos clientes das Farmácias Portuguesas e da Médis. O objectivo é permitir a cada cidadão monitorizar o seu estado de saúde ao longo da vida, com acesso a serviços farmacêuticos e de bem-estar sempre que necessário.

A Médis e a Associação Nacional das Farmácias estão a lançar uma solução de prevenção em saúde e de cuidados de saúde primários pioneira em Portugal. A partir do lançamento, todos os clientes Médis ficam de imediato com acesso a uma série alargada de serviços prestados nas farmácias, em condições preferenciais. Avaliação do índice de massa corporal, administração de vacinas e injectáveis, medição de pressão arterial e frequência cardíaca fazem parte dessa oferta de serviços, prestados por farmacêuticos e outros profissionais de saúde, como os nutricionistas. Já os dois milhões de portugueses com cartão Saúda, das Farmácias Portuguesas, terão condições especiais de adesão aos seguros de saúde Médis Saúda.

A Go Far, empresa que resulta desta nova parceria, alia o know-how e os serviços da Médis à proximidade e confiança dos portugueses na rede de farmácias. As Farmácias Portuguesas passam a estar integradas na Rede de Prestadores Médis, permitindo aos clientes Médis o reembolso automático na prestação dos serviços financiados. ▀

Rubicam, que foi para o ar nessa mesma noite em vários meios de comunicação – televisão, rádio, imprensa e internet. A comunicação no exterior foi reforçada com a presença da Médis em mupis e na rede nacional de ATM.

Sob o mote “Há uma nova forma de pensar a Saúde”, o objectivo da campanha foi tornar a Médis no Serviço Pessoal de Saúde de cada cliente, reforçando algumas das características essenciais da marca como a proximidade, a modernidade, a tecnologia, a expertise, o futuro e o foco permanente no cliente.

Todos os presentes no evento puderam participar numa sessão fotográfica muito divertida, em que deram cara e nome à nova campanha Médis, com o objectivo de serem os primeiros a partilhar esta novidade nas suas redes sociais e desempenharem o verdadeiro papel de embaixadores da marca.

Esta projecção actual e futura não podia ter encontrado melhor recepção nos presentes, que não deixaram de descrever aquilo que associam a esta nova imagem: um símbolo que gera maior empatia, comunicação mais envolvente, informação de vanguarda, que vai ao encontro das necessidades associadas a seguros de saúde, símbolo completo e focado na saúde.

Os resultados pós-rebranding não podiam ser mais positivos, com a marca a vencer duas importantes distinções no mercado: a Superbrands, um estudo independente e certificado que premeia e promove as marcas que se distinguem por um estatuto de excelência; e o Marktest Reputation Index, em que a Mé-