

TUDO SOBRE A LOGO

IDENTIFICAÇÃO

Nome | Seguros LOGO, S.A.

Actividade | seguradora directa que presta serviços e oferece produtos no ramo Não Vida

Sector | segurador

Início de Actividade | 7 de Janeiro de 2008

Nº de Colaboradores | 50 (incluindo Call Center)

MISSÃO

A missão da LOGO é proporcionar aos seus clientes “**uma boa experiência de seguro**”.
O **foco é o cliente** e a satisfação das suas necessidades.

DIRECÇÃO

José Pedro Inácio, Director-Geral

Desde Abril de 2007, responsável pelo projecto de análise, conceptualização, incubação, desenvolvimento e implementação da nova seguradora directa LOGO. Desempenhou as funções de director coordenador do departamento de marketing de retalho do BES, entre 2005 e 2007. Entre 1997 e 2004 assumiu diversas funções na consultora McKinsey & Company (analista, associado, chefe de projecto júnior e chefe de projecto sénior).

Licenciatura em Gestão de Empresas, pela Universidade Católica Portuguesa e MBA na Kellogg School of Management (Chicago, EUA)



ACCIONISTAS

A Seguros LOGO, S.A. é uma empresa do Grupo Espírito Santo.

RAZÕES PARA APOSTAR NO DESENVOLVIMENTO DE UM CANAL DIRECTO

🌐 **Os Consumidores:** os hábitos de consumo, as necessidades, as preferências dos clientes estão a mudar, e estão a mudar cada vez mais depressa. Existem mais clientes “price-seekers”, a fazer “shopping-around”. Em paralelo, tem vindo a aumentar

igualmente o número de clientes que preferem utilizar os canais directos, como a Internet ou telefone, em detrimento de outros;

🌐 **A Nova Lei das Cobranças:** a introdução da Lei das Cobranças (*caducidade automática do seguro automóvel em caso de falta de pagamento na data de vencimento*) implicou um **forte aumento do churn dos clientes**, sendo que a taxa de churn em Portugal (20-25%, vs os ~15% antes da Lei) é uma das mais elevadas na Europa, apenas abaixo da do Reino Unido (~30%);

🌐 **O Mercado:** Em Portugal, o canal directo apresenta uma **taxa de crescimento de dois dígitos (15 a 20%)** nos últimos anos, comparado com a estagnação do mercado Não Vida. No final do ano regista mais de 60M€ em prémios e cerca de 200 a 250 mil clientes. Esta tendência de forte crescimento verifica-se também nos mercados europeus. Em alguns mercados, e sobretudo no que respeita ao automóvel particular, as penetrações são superiores a 20% (Reino Unido 50%, Espanha 25% e Alemanha 20%).

Logo, o canal directo apresenta-se actualmente como uma **oportunidade**.

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

Objectivos de negócio

- 🌐 100.000 clientes e 20% de quota de mercado em três anos;
- 🌐 Contribuir para o crescimento do segmento directo do mercado segurador, que deverá passar da actual penetração de 3% para 10% em 2015;
- 🌐 Break-even no período médio de 7 anos.

Investimento

- 🌐 15 milhões de euros.

Perfil dos Clientes

- 🌐 Residentes em zonas urbanas;
- 🌐 Faixa etária 25-45 anos;
- 🌐 Utilizadores de serviços directos, normalmente adeptos deste tipo de canais;
- 🌐 Clientes que não privilegiam o contacto com a seguradora por via do agente;
- 🌐 Clientes que apresentam uma tendência para a mobilidade (menor resistência para mudar de seguradora perante uma oferta de melhores serviços / melhor preço).

Factores diferenciadores

- 🌐 Simplicidade;
- 🌐 Reduzida burocracia;
- 🌐 Rapidez dos processos de adesão (sem papéis, sem assinaturas);
- 🌐 Suporte tecnológico inovador, que permite uma maior flexibilidade e conhecimento do cliente;
- 🌐 Formação especializada dos Recursos Humanos, para uma resposta eficiente às necessidades dos clientes.

LOGO®

ESTRATÉGIA DE MARCA

Racional da marca

Para a definição da marca foram tidas em conta as características da empresa, uma nova seguradora que pretende proporcionar uma experiência com os seguros mais simples e mais fácil à nova geração de consumidores.

O Nome

LOGO em grego significa Razão. É objectivo. É rápido, simples e dinâmico. Jovem. Com atitude. Sugere preço baixo. Um nome que se associa ao serviço. Uma afirmação da confiança nas suas capacidades.

A Cor

Verde Fluorescente

É uma cor verdadeiramente positiva, que remete para equilíbrio e confiança. Cor da solução, do não-problema, do “siga em frente”, cor do “sim”.

O Logótipo

A forma é simples, impactante, acessível e popular. O símbolo representa um cronómetro que sugere disponibilidade imediata e eficácia.



PRODUTOS e SERVIÇOS

Produtos

A oferta da LOGO é destinada a clientes particulares e a aposta inicial é no sector automóvel. A LOGO disponibiliza quatro pacotes – LOGO Light, LOGO Lease, LOGO Toppings e LOGO Max – direccionados para diferentes segmentos. Todos os produtos são de fácil acesso e compreensão.

Todos os pacotes incluem coberturas de responsabilidade civil^o e “assistência jurídica”, bem como assistência em viagem. Contudo, cada pacote tem condições específicas, tendo em conta o segmento a que se destina:

🕒 O pacote LOGO Light, dirigido a pessoas que têm um seguro por imposição legal, por isso querem pagar o mínimo possível. É o único seguro do mercado que tem unicamente as coberturas obrigatórias por lei;

🌀 O pacote **LOGO Lease**, dirigido a pessoas que têm um seguro “contra todos os riscos” por imposição de Leasing/ALD, mas que querem pagar o mínimo possível. É o único seguro do mercado que tem coberturas desenhadas para este tipo de necessidade;

🌀 O pacote **LOGO Topping**, dirigido a pessoas que querem um seguro mais amplo, mas que não valorizam os danos próprios (nomeadamente para viaturas usadas). Inclui a cobertura de protecção a ocupantes e condutor, e o financiamento da reparação^d;

🌀 O pacote **LOGO Max**, dirigido a pessoas que querem ter uma cobertura completa (nomeadamente para viaturas novas), engloba todas as coberturas importantes.

Adicionalmente, a LOGO disponibiliza um produto para veículos de 2 rodas, o **LOGO Moto**.

^a Capitais aplicáveis: 1,8ME (mínimo obrigatório: 1,2ME para danos corporais e 0,6ME para danos materiais), 4ME e 50ME;

^b Franquias em valor (i.e. em euros) correspondente a 0%, 2% ou 8% do valor segurado;

^c limitado a 30 dias;

^d Condições financeiras de empréstimo definido no momento da contratação e dependente de scoring de crédito;

^e Medido pela percentagem de respostas com importância na contratação igual ou superior a 8 (numa escala de 1 a 10).

Serviços

🌀 Serviços de Acompanhamento personalizado e permanente a partir de:

Telefone | 808 200 360

Internet | www.logo.pt

🌀 Simulações de seguro em menos de 1 minuto;

🌀 Subscrição de seguro em menos de 4 minutos;

🌀 Processo simples, sem burocracias e papéis desnecessários.

The logo for LOGO, featuring the word "LOGO" in a bold, green, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to the upper right.

CAMPANHA PUBLICITÁRIA

🌀 Meios: Televisão, Rádio, e Outdoors;

🌀 Criatividade: Brandia Central.

Para mais informações, contacte:

Ricardo Salvo

218 922 850 / 917 596 958

ricardo.salvo@parceirosdecomunicacao.pt

Teresa Barão da Cunha

218 922 850 / 915 192 876

teresa.cunha@parceirosdecomunicacao.pt