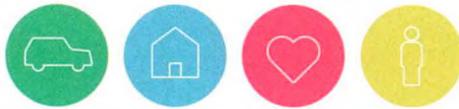




Reforço da simplicidade, conveniência e oferta

*Após mais de 10 anos de crescimento e rentabilidade,
a seguradora desvendou uma identidade renovada,
acompanhada por uma nova assinatura que resume a actuação
conveniente da marca: Simples. Rápido. Feito.*



**Faça o download da app
myLOGO. Simples. Rápido.
Feito!**

Descarregue a app:



A seguradora LOGO apresentou-se, neste segundo trimestre, com uma identidade renovada, acompanhada por uma campanha publicitária que ilustra a sua aspiração de ser a marca mais conveniente do mercado de seguradoras directas.

Adoptando um tom directo, pragmático e positivo, a campanha visa mostrar a facilidade em fazer um seguro na LOGO, comparando este processo a tantas outras actividades simples do quotidiano. Sempre com humor. A assinatura reforça esta visão de conveniência: Simples. Rápido. Feito. Quando e onde quiser, ao ritmo do dia-a-dia das pessoas, em situações comuns.

Com criatividade da Kayak, produção da 78 e realização a cargo de Nuno Alberto, a campanha foi suportada em seis filmes que retratam, em diferentes situações, a simplicidade, a conveniência e diversidade da oferta LOGO. O planeamento de meios, responsabilidade da Wavemaker, passou por uma campanha multimeios em TV (canais generalistas e temáticos), exterior, digital, social e cinema.

Esta renovação marcou também o início de uma nova presença da LOGO nas redes sociais em Facebook, Instagram e YouTube, bem como a renovação do site logo.pt.

Com um crescimento acentuado, e bastante acima do mercado, nos últimos anos, que a levaram a alcançar perto de 150 mil clientes e 200 mil apólices, a LOGO quer manter-se como a marca mais inovadora das seguradoras directas, recordando, para tal, o

facto de ter sido a primeira do mercado a ter a contratação de seguro automóvel totalmente online, em 2008.

Com preços competitivos e flexibilidade nos meios de pagamento (multibanco, MBWay, débito directo, PayPal ou cartão de crédito), a LOGO quer falar de forma mais simples, ser uma marca mais rápida na simulação, subscrição e resolução de sinistros, e mais próxima do cliente.

A campanha mostra também a diversidade e complementaridade da sua oferta com soluções para carro, mota, casa (imóvel e/ou recheio), saúde e vida (para protecção e para crédito habitação).

A LOGO é espontânea, natural e projecta o digital e o futuro. É uma marca seguradora que quer revelar claramente os seus benefícios práticos para os clientes, de uma forma emocional e descomplicada. «Queremos ser uma marca distintiva com uma garantia: Feito LOGO em poucos minutos no site ou na app. E um desafio: “Quando vai fazer o seu?”», sublinha João Madureira Pinto, director de Negócio Directo. **M**

