

Estudo comprova eficácia da comunicação da LOGO

## Campanhas da LOGO são das mais recordadas pelos portugueses

A LOGO, a primeira seguradora directa *Low Cost* – que permite às famílias portuguesas poupar no seu orçamento – é uma das marcas cujas campanhas são mais recordadas entre os portugueses.

De acordo com um estudo da BrandScore, do Grupo Consultores, realizado no primeiro quadrimestre deste ano, as campanhas da LOGO destacam-se em termos de recordação espontânea, situando-se num patamar em que a marca é nomeada por 500 mil a um milhão de indivíduos. Uma posição que a LOGO consegue apenas um ano e meio depois de ter iniciado a sua actividade, tendo a seguradora low cost conseguido neste período captar a atenção dos portugueses e destacar-se no mercado dos seguros.

“Este estudo comprova a eficácia de toda a estratégia de comunicação da LOGO, que aposta, desde o início, na proximidade às famílias portuguesas. Entrámos no mercado com algo verdadeiramente diferente no mercado dos seguros, assegurando aos clientes simplicidade e rapidez a baixo preço. Desta forma, conseguimos captar a atenção do nosso público-alvo”, comenta José Pedro Inácio, director-geral da seguradora.

A LOGO é a primeira seguradora directa *Low Cost* que iniciou a sua actividade em Janeiro de 2008, com vista a disponibilizar serviços e produtos do ramo Não Vida exclusivamente através da internet e telefone. A Seguros LOGO, SA, empresa do GES – Grupo Espírito Santo.

*Para mais informações, contacte:*

**Teresa Barão da Cunha**

218 922 850 / 915 192 876

[teresa.cunha@parceirosdecomunicacao.pt](mailto:teresa.cunha@parceirosdecomunicacao.pt)

**Francisco Crujo**

218 922 850 / 936 018 335

[francisco.crujo@parceirosdecomunicacao.pt](mailto:francisco.crujo@parceirosdecomunicacao.pt)