



MAPFRE renova oferta de produtos âncora

A companhia de seguros MAPFRE apresenta oferta renovada para particulares – seguro de habitação, saúde e automóvel

No momento em que acaba de iniciar a execução de um plano de crescimento para cinco anos, que passa por aumentar a sua rede de lojas e duplicar a sua quota no mercado português, onde marca presença há quase 30 anos, a MAPFRE completa a renovação da oferta âncora para particulares - seguro de habitação, saúde e automóvel.

Após um diagnóstico de marketing que culminou numa análise e estudo sobre os indicadores da imagem da marca no mercado nacional, a MAPFRE decidiu fazer um reposicionamento para trabalhar os eixos da confiança (ideia central da marca), preço e inovação. «Para alcançar estes objectivos a marca passou a apresentar imagens jovens e diferenciadoras, um novo conceito cromático onde imperam os tons fortes e ainda a utilização de elementos que reforçam a inovação. A MAPFRE procurou ainda simplificar a mensagem com um tom claro e directo, de forma a tornar a linguagem compreensível e “liquidar” o segurês, normalmente presente na comunicação das seguradoras», garante João Gama, director dos Serviços de Estudos de Mercado e Comunicação da MAPFRE Portugal. A intenção da companhia de seguros é a de tornar-se em Portugal, à semelhança dos 46 países onde está presente, “a seguradora global de confiança”.

Produtos âncora

A terminar este ciclo a marca acaba de lançar o seu novo seguro automóvel. O MAPFRE Auto “Do farol ao farolim” apresenta coberturas inovadoras e ajustáveis ao perfil de cada cliente e contempla três modalidades a que se podem juntar coberturas opcionais. A “Light”, para clientes que querem apenas garantir a responsabilidade de danos contra terceiros; a “Plus”, para os que também querem incluir danos provocados por incêndio, roubo ou quebras de vidros; e a “Prestige”, para os que desejam uma protecção total do veículo. Com o claim “Contra todos ou Contra terceiros segure-se ao melhor preço”, a seguradora pretende reforçar a sua aposta numa comunicação mais directa, dinâmica e diferente.

Em Abril, a seguradora iniciou a renovação dos produtos, tendo lançado o MAPFRE Casa “Do chão ao tecto”, um seguro de multiriscos habitação com modalidades e coberturas adaptadas aos vários segmentos. Consoante se trata de um cliente que segura casa própria, um senhorio que tem o imóvel



arrendado ou um inquilino que vive numa casa arrendada mas não abdica de protecção, para todos existe um produto que responde de forma diferenciada às necessidades de uma protecção específica.

Em Maio, a MAPFRE entrou no segmento de saúde com o novo seguro MAPFRE Saúde “Da cabeça aos pés”, que resulta de uma parceria com a Médis, uma das maiores redes de prestadores de cuidados de saúde. Este produto apresenta três opções para dar resposta a diferentes necessidades de clientes particulares e famílias. A companhia seguradora lançou ainda o MAPFRE Saúde Vintage e Vintage Plus, destinado a clientes entre os 55 e os 75 anos, e uma ampla oferta direccionada ao segmento empresarial. Com uma mensalidade a partir de nove euros e um período de carência mínimo em apenas algumas coberturas, a subscrição deste seguro de saúde é simples e oferece ainda descontos progressivos no caso de inclusão de mais elementos da família. ■

Sobre a MAPFRE Seguros

Em Portugal desde 1986, possui uma rede com mais de 60 lojas em todo o País. A nível internacional o grupo tem uma equipa de 37 mil colaboradores, é líder de mercado em Espanha e está presente em 46 países da Europa, América Latina, Estados Unidos e Turquia.

A companhia MAPFRE Seguros oferece um conjunto abrangente e competitivo de produtos para particulares e empresas, com destaque para Automóvel, Saúde, Reforma, Vida, Protecção Familiar, Acidentes de Trabalho, Viagens, Caçadores, Habitação, Acidentes Pessoais, Animais Domésticos e Serviços Domésticos.



ID: 55305353

01-08-2014

*MAPFRE renova oferta
de produtos âncora*