



MAPFRE | SEGUROS

SEGURO AUTOMÓVEL

QUAL O SEU PERFIL DE CONDUTOR?

NA MAPFRE CADA CONDUTOR TEM O SEU DESCONTO

POUPE ATÉ 33%

The advertisement features a central speedometer graphic with a needle pointing to the 33% mark. Surrounding the speedometer are five cartoon illustrations of different driver profiles: a man with his hands on his head looking stressed, an elderly woman with glasses, a man in a pilot's uniform, a man in a white shirt and sunglasses, and a woman in a red shirt smiling. The background is a dark red, textured surface.

Que tipo de condutor é?

Se não sabe que tipo de condutor é, a Mapfre pode ajudá-lo a descobrir.

Através da sua mais recente campanha, guiada pelo humor, a seguradora desafia os condutores a descobrirem o seu perfil, podendo usufruir de descontos até 33%



É atrás do volante que a personalidade de cada um se revela. A pessoa aparentemente calma pode ser a mais nervosa no trânsito, a mais tímida transforma-se na que mais utiliza a buzina e aquela mais preguiçosa revela ter mais pressa que todos os outros condutores. É, precisamente, pelo facto de cada condutor ser único que a Mapfre Seguros lançou uma divertida campanha direccionada para o ramo automóvel, que permite aos seus clientes usufruírem até 33% de desconto.

Subordinada ao claim “Qual o seu perfil de condutor?”, baseia-se num tom muito descontraído e animado, presente em 21 perfis de condutores “fictícios”, com estilos de condução familiares ao público em geral, como, por exemplo, o “Aselha”, o “Guga Maps”, o “Messias”, o “Azarado”, o “Estiloso” ou o “Miúfas”.

A nova campanha assume como objectivo transmitir a ideia de que na Mapfre cada cliente tem o seu desconto personalizado, criado à sua medida e adaptado ao seu perfil de condução.

A ideia da seguradora é mostrar aos portugueses que tem a solução ideal para os vários tipos de condutores.

Esta campanha foi concebida para permitir uma maior percepção das vantagens do seguro automóvel junto das redes de distribuição e dos consumidores em geral. Por isso procuraram-se conteúdos de marketing que, através de uma história ou histórias

(storytelling) e de forma divertida, transmitissem aos vários públicos os principais objectivos da campanha.

Assim, o estilo “Avó” aplica-se ao condutor que tem a concessão da faixa do meio de qualquer auto-estrada e as rotundas são sempre feitas por fora; o estilo “Azarado” está constantemente a ser atingido pelos postes e pilares dos estacionamentos, que insistem em mover-se do sítio, e no estilo “Aselha”, não é por falta de dedicação, mas o condutor não nasceu para isto. Conduz sempre com as mãos na posição um quarto para as três, e não as tira do volante nem para coçar o nariz.

21 perfis distintos

Para além dos descritos na infografia, os perfis da Mapfre incluem também o “Cauteloso”, que “tem tanto cuidado com o carro que o estaciona sempre longe de qualquer perigo. O seu carro pernoita sempre num hotel de 5 estrelas”; o “Chofer”, “o condutor preferido de todos os amigos quando saem à noite. Dá mais boleias a amigos numa noite que um carro da Uber”; segue-se o “Co-piloto” que, embora não conduza, “tem mais atenção a todos os pormenores que o próprio condutor. Por norma sabe tudo e cada curva feita antes do tempo deixa-o com urticária”. Depois, o “DJ”: “Na viatura deste condutor, o sistema de som vale mais que o próprio car-

Estes perfis fazem lembrar alguém?



Avó

Aplica-se ao condutor que tem a concessão da faixa do meio de qualquer auto-estrada e faz as rotundas sempre por fora



Azarado

Está constantemente a ser atingido pelos postes e pilares dos estacionamentos, que insistem em mudar de sítio



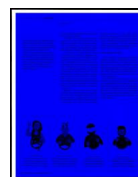
Aselha

Conduz sempre com as mãos na posição um quarto para as três, e não as tira do volante nem para coçar o nariz



Estiloso

É o Zezé Camarinha do asfalto. Nunca conduz sem os seus óculos de sol, e a janela serve apenas para pousar o braço



Sobre a Mapfre Seguros

Em Portugal desde 1986, a Mapfre Seguros possui uma rede de mais de 90 lojas em todo o País. A nível internacional, a Mapfre é a maior seguradora espanhola do mundo, a principal multinacional do sector na América Latina e está entre as cinco melhores da Europa em seguros Não Vida por volume de prémios. Emprega mais de 36 mil colaboradores nos cinco continentes em que opera, tendo atingido em 2017 cerca de 28 mil milhões de euros de receitas, com um lucro líquido de 701 milhões de euros.

ro. Não fecha as janelas para todos poderem desfrutar da sua música”.

O “Ídolo”, que “assim que liga o rádio, desperta a Katy Perry que há em si. Cada semáforo vermelho é o seu próximo palco”. Há o “Impaciente”, que se “cansa de esperar mais de 10 segundos no semáforo e conduz com uma mão no volante e outra na buzina”.

O “Justiceiro”, que se comporta “como um agente da autoridade. Qualquer infração praticada nas proximidades deste condutor e ele roga-te uma praga”; o “Messias”, “habituaado a dar sem receber, este é o condutor mais bondoso que as estradas já viram. Simpatiza com outros que estejam a fazer manobras complicadas e com os que não conseguem entrar na estrada. As suas boas acções, por norma, são piores para quem vai atrás”; surge também o “Miúfas”, pois “cada vez que tem de conduzir na confusão até lhe tremem as pernas. Anda sempre abaixo do limite de velocidade e o seu maior medo é ter de fazer ponto de embraiagem, numa subida”.

Segue-se o “Piloto Automático”, que, “embora não tenha um Tesla, este condutor faz Lisboa-Porto de olhos fechados”; o “Primeiro a Chegar” “é aquele que mesmo não sendo míope, conduz com o peito encostado no volante e com os olhos o mais próximo

possível da estrada”; o “Social”, pois “desde que entra até que sai, este condutor utiliza todos os segundos da sua viagem, para actualizar as mensagens, as chamadas e as Instastories”; e, por último, o “VIP, que “pensa que está sempre na guest list de qualquer cruzamento. Ceder a passagem não é com ele”.

Uma comunicação “fun”

Para promover a campanha “Qual o seu perfil de condutor?”, com presença nas redes sociais, a seguradora criou várias peças de comunicação e conteúdos partilháveis, com destaque para uma série composta por cinco vídeos, desenvolvidos com o apoio da Movie-like. Estes vídeos são disponibilizados durante o período da campanha no canal YouTube da seguradora.

«Na Mapfre continuamos a apostar nos produtos estratégicos e que nos permitem ter rentabilidade na nossa operação em Portugal, sendo o automóvel um dos principais ramos da companhia. Esta é, sem dúvida, a altura ideal para lançar uma campanha que premeie os melhores condutores», vinca Luís Anula, administrador-delegado da Mapfre Seguros. ■

Estes perfis fazem lembrar alguém?



Coleccionador

Tem lixo desde 1996 na porta do carro. Este condutor encontra sempre moedas perdidas cada vez que deixa o carro na lavagem



Guga Maps

Sabe sempre onde fica tudo. Seja no centro da cidade ou na aldeia. Reza a lenda que é o único que sabe o caminho para a Atlântida



Street Racer

Este condutor também é conhecido pelo zigzag. O ponteiro do velocímetro nunca baixa dos 80 km/h



Stressado

Está sempre com pressa, cumprimenta os outros condutores com palavras calorosas e sinais de luzes descontrolados