

Arranca hoje campanha ‘LOGO Saúde, logo é sem dramas’**Novo seguro ‘LOGO Saúde’ já está disponível
o primeiro seguro de saúde direto**

- O Filme ‘Varicela’ revela, com o mesmo tom humorístico que tem caracterizado a comunicação publicitária da seguradora, que com a LOGO os problemas de saúde têm agora uma resposta imediata, simples, a um preço competitivo.
- A LOGO prossegue o seu posicionamento como a seguradora de referência de um cliente urbano de 25-45 anos.



A LOGO disponibiliza, desde a semana passada, o primeiro seguro de saúde direto (por telefone ou internet). Neste âmbito, arranca hoje a campanha multimeios ‘LOGO Saúde, logo é sem dramas’, que mantém o já característico tom de comunicação da marca: animado e humorístico.

A Campanha tem como racional os pressupostos assumidos sobre os seguros de saúde em geral: normalmente fazer um seguro de saúde é muito complexo, quase um drama (com vários formulários, historiais médicos, entre outros) e utilizá-lo é, ainda, verdadeiramente mais complicado (com autorizações, pré-autorizações, autorizações para pré-autorizações, plafonds, cartões, etc).

José Pedro Inácio, diretor-geral da LOGO destaca que: **“Sob o conceito ‘LOGO Saúde, logo é sem dramas’”, a campanha deste novo seguro da LOGO revela que “nasceu” o primeiro seguro de saúde direto, que vem descomplicar a vida dos portugueses. Que é modular. Em que o consumidor só paga o que realmente precisa. Que é simples e rápido. E que tem mais de 14.000 prestadores de serviços. Ou seja, o primeiro seguro de saúde que é... sem dramas.”**

O responsável acrescenta ainda que **“Este é o primeiro seguro de saúde possível de subscrever de forma direta, por telefone ou internet. Mais uma vez, a LOGO inova e vem colmatar uma necessidade no mercado dos seguros em Portugal. Este é um produto que vem dar acesso aos melhores serviços de saúde disponíveis em Portugal, a um maior número de pessoas, respondendo de forma simples e célere às necessidades de saúde das famílias portuguesas, que cada vez mais procuram alternativas que permitam evitar listas de espera e obter cuidados de saúde de qualidade, ao mesmo tempo que controlam e poupam nos custos com a saúde. Com o LOGO Saúde disponibilizamos uma oferta ainda mais alargada de seguros aos portugueses, comprovando a nossa promessa de descomplicar a vida dos nossos clientes, mantendo-nos focados em servi-los com simplicidade, eficiência e rapidez, sem complicações ou burocracias, a um preço justo e bastante competitivo.”**

Sobre o seguro ‘LOGO Saúde’

Sem franquias associadas, e com um período de carência mínimo em apenas algumas coberturas (genericamente, apenas 30 dias em consultas e 300 dias para cirurgias e parto, e apenas em Internamento e Complemento de Internamento), a subscrição do seguro pode ser individual ou para o agregado familiar - com descontos a partir da 2ª pessoa segura. Os clientes terão acesso às especialidades cobertas através da qualidade da rede da Advancecare, com mais de 14 mil prestadores de saúde e sem necessidade de qualquer reembolso (sem papéis e sem necessidade de esperar para receber o dinheiro do seguro), e ainda através dos serviços prestados e garantidos pela EuropAssistance.

O seguro de saúde da LOGO, o primeiro a poder ser inteiramente subscrito pela internet (e o único disponibilizado entre os concorrentes diretos), é um produto modular, que permite ao cliente escolher, de forma simples e independente as coberturas de acordo com as necessidades de cada uma das pessoas seguras abrangidas (com exceção da especialidade Médico em Casa, incluída em todas as apólices), pagando apenas o que realmente precisa. As restantes coberturas disponíveis são Internamento (com opção de consultas e parto), Complemento de Internamento, Dentista (Estomatologia), Oftalmologista e Bem Estar.

O LOGO Saúde apresenta ainda todas as outras características dos outros produtos da LOGO, podendo, por exemplo, o cliente consultar 24 por dia, 365 dias por ano o site da LOGO e a sua área privada, para obter informações sobre a rede de prestadores, atos médicos praticados,

dados da apólice, pagamento de prémios, etc, com toda a simplicidade e rapidez, e sem necessidade de qualquer papel – “**é mais um produto concebido para ser LOGO ‘way’**”, conclui José Pedro Inácio.

Ficha técnica da campanha:

Produto: LOGO Saúde

Agência: Brandia Central

Diretor de Cliente: Filipa Robalo

Gestor de Conta: João Bettencourt

Diretor Criativo: Tiago Viegas / Sara Ferreira

Diretor de Arte: Sara Ferreira

Copywriter: Tiago Viegas

TV Producer: CTP produção Audiovisual

Produtora: Show Off

Realizador: Alexandre Montenegro

Diretor de Fotografia: Maninho

Pós-produção: Luciano Ottani

Produtora de som: Dizplay

Voz de Companhia: Nuno Lopes

SOBRE A LOGO

A LOGO é a primeira seguradora direta *low cost* que iniciou a sua atividade 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, é uma empresa do GES – Grupo Espírito Santo.

A LOGO, atualmente, conta com cerca de 120 mil clientes, uma quota de mercado em prémios de 24%, estando na 2ª posição no ranking das seguradoras diretas em Portugal (dados do final de 2011) e disponibilizando seguros de automóvel, moto, casa e saúde.

O cliente LOGO tem entre 25 e 45 anos e está nos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto, com alguma presença também na faixa Litoral (de Norte a Sul). Lisboa é o distrito que regista uma maior penetração. Mais de 50% dos clientes são da região da Grande Lisboa.

Para mais informações, contacte:

Parceiros de Comunicação

21 892 28 50

Teresa Barão da Cunha | 915 192 876



Comunicado de Imprensa
abril 2012

teresa.cunha@parceirosdecomunicacao.pt