

A LOGO volta a inovar com um blog sobre temas úteis para o dia a dia.

O que nos faz sentir seguros? O BLOGO responde.

A LOGO, a primeira seguradora direta low cost portuguesa, lançou um blog de partilha de conteúdos focado em diversos temas do quotidiano. O BLOGO assume-se assim como o local onde o leitor poderá recolher informação relevante e relacionada com o mundo dos seguros e outros temas, de forma simples e prática, divertida e bem-humorada, em linha com a personalidade da seguradora direta.

O BLOGO nasce a partir da pergunta “O que é que nos faz sentir seguros?”, e a resposta pode ser encontrada num vasto leque de conteúdos, dicas e sugestões, divididos entre as três áreas de atividade da LOGO: O Meu Carro, Vida Saudável (relacionada com a Saúde) e a Minha Casa.

“O BLOGO aborda todas aquelas pequenas coisas que nos fazem sentir bem e seguros, como ir ao nosso jardim de infância e ver que continua igual ou ir de férias e chegar ao destino de carro sem nos perdermos. Sentirmo-nos seguros é das melhores sensações que existem: sentir que está tudo sob controlo no sítio certo, ou seja, tudo como idealmente desejado”, refere Ângela Veras, responsável de Marketing da LOGO. “É a partir da sensação de segurança que a vida ganha vida, razão pela qual a LOGO desenvolveu o BLOGO.”

Com uma ligação direta ao site da LOGO através do separador de simulação rápido e simples, o BLOGO é também o parceiro ideal para a poupança das famílias portuguesas: uma das características mais importantes da seguradora.

Com a assinatura criativa da Brandia, o BLOGO convida ainda os seus leitores à participação e partilha nas redes sociais de tudo o que os faz sentir seguros.

Para uma viagem rápida e divertida sobre o que nos faz sentir seguros, consultar o BLOGO em blogو.logo.pt/ é a solução ideal.

The screenshot shows the top navigation bar of the LOGO BLOGO website. It features the 'BLOGO' logo in a green speech bubble, a search icon, and social media icons for Facebook, Google+, LinkedIn, and Twitter. The main navigation menu includes 'O MEU CARRO', 'VIDA SAUDÁVEL', 'A NOSSA CASA', and 'SIMULADORES'. Below the navigation, there are several content blocks: a featured article with a photo of a woman and a child looking out a window, titled 'Com as temperaturas a subirem, proteja a sua casa'; a list of other articles including 'Os exames médicos na idade "certa"', 'Faça um test drive da sua "futura" casa', and 'Óculos de sol – As tendências do verão 2016'; a 'FIQUE A PAR DAS NOVIDADES' section with an email sign-up form; and two article teasers: 'Dicas de decoração para quartos de crianças' (under 'A NOSSA CASA') and 'Acne e Manchas – Para sempre?' (under 'VIDA SAUDÁVEL'). A prominent green and orange banner at the bottom right encourages users to 'SIMULAR' and 'POUPAR' (save).

SOBRE A LOGO

A LOGO foi a primeira seguradora direta *low cost* a disponibilizar serviços e produtos do ramo Não Vida exclusivamente através da internet e telefone. Atualmente disponibiliza seguros de automóvel (incluindo moto), casa e saúde. A LOGO conta com mais de 115 mil Clientes e, a dezembro de 2015, com uma quota de mercado total no mercado direto de 19,6%, o que a coloca na 3ª posição. 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, sendo que mais de 50% dos Clientes são da região da Grande Lisboa. A LOGO ocupa o 2º lugar enquanto seguradora direta em termos de “Top of Mind”, “Notoriedade Espontânea” e “Notoriedade Total” (dados do BASEF de seguros), e é líder enquanto marca “Mais Inovadora” (dados do BASEF de Seguros, no segmento seguros diretos, por ponto de quota). A LOGO é a única marca a crescer no indicador de imagem melhor companhia.

A Seguros LOGO, SA iniciou a sua atividade em janeiro de 2008.

Para mais informações, contacte:

Parceiros de Comunicação

21 892 28 50

Diogo Archer

diogo.archer@parceiros.pt

Joana Ramos

joana.ramos@parceiros.pt