

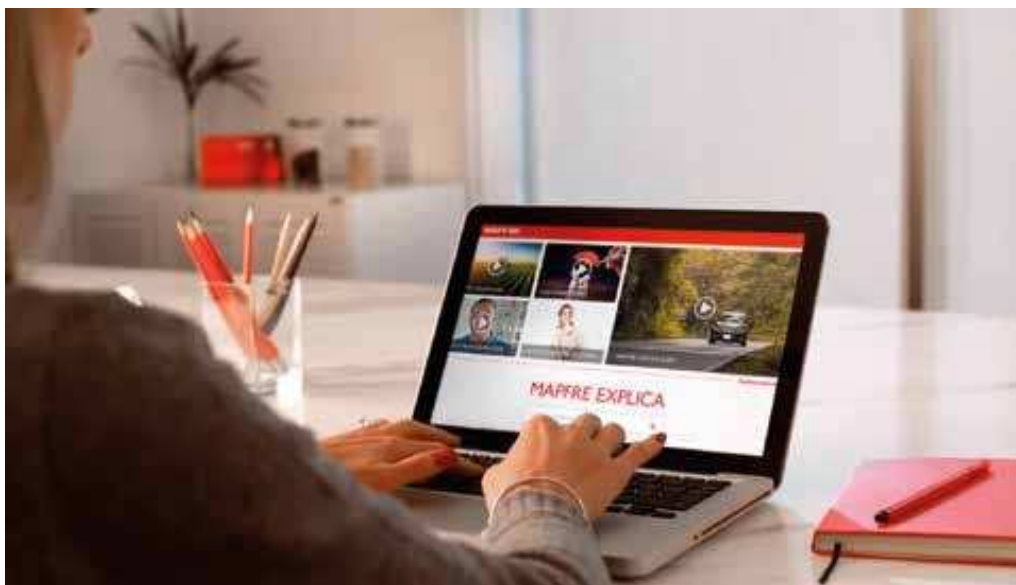


SÍGUELO EN
www.mapfreeexplica.com.br

¿Cómo hacer que los consumidores sepan más de seguros?

¡MAPFRE EXPLICA!

La campaña brasileña con testimonios de clientes reales consigue un gran éxito en redes sociales



TEXTO MARCELLA TOFFOLI (MAPFRE BRASIL) | IMÁGENES MAPFRE

Todos los días, colaboradores de MAPFRE en el mundo entero se levantan con una misión: cuidar de nuestros clientes. Pero ese cuidado debe ir mucho más allá de atender un siniestro o dar un servicio contratado. Con ese objetivo, MAPFRE BRASIL lanzó en 2019 la campaña MAPFRE Explica, que comparte historias reales de clientes que tuvieron algún incidente y pudieron contar con nuestros cuidados y nuestras soluciones para retomar sus vidas.

“Queríamos que los consumidores relatasen cómo una experiencia con MAPFRE les ayudó cuando más lo necesitaban. Más que hablar, ellos nos muestran en la práctica los beneficios de contar con la protección de un seguro”, comenta el director de Marketing, Marca y Publicidad, Inácio Araújo.

La campaña se creó para desmitificar el seguro y ampliar la cultura aseguradora entre los clientes, compartiendo informaciones para que entendieran más del tema y consiguieran hacer la mejor elección en el momento de la contratación del seguro o del servicio. “Básicamente, hablar al consumidor de manera sencilla sobre los productos del sector para que vea que el seguro no es simplemente una indemnización, sino una garantía para la vida en el presente y sobre todo para el futuro de toda la familia”, añade Inácio.

MAPFRE Explica es una acción continua e interactiva. En el portal www.mapfreexplica.com.br se puede enviar preguntas ver vídeos y obtener más información sobre el mundo de los seguros. Además de los servicios más conocidos como los de automóvil, hogar y vida, también se explican seguros no tan populares entre el público como el de estudios para los hijos, el de empresas o el agropecuario e incluso el seguro para el uso comercial de drones.



El CEO de Seguros de MAPFRE BRASIL, Luis Gutiérrez, afirma que es necesario conseguir que el seguro se convierta en algo tangible para un público cada vez más amplio. «Cuando el cliente entiende exactamente lo que está contratando, la compra se convierte en más asertiva y consciente. Creemos que este es el camino para reforzar la cultura del seguro en el país.»

Los colaboradores de MAPFRE BRASIL también tuvieron una participación activa en la acción, contando historias y colaborando con la web al enviar preguntas y respuestas para ayudar a los internautas.

La campaña, que fue divulgada tanto en medios tradicionales como radio y televisión como en internet, ya ha alcanzado a más de 100 millones de personas con 59 millones de páginas vistas en los medios digitales.

«Estamos preparando el contenido que dará continuidad a MAPFRE Explica en 2020», añade

Inácio. Se abordarán otras categorías de seguros, así como productos de acumulación financiera, como consorcios, previsión privada, capitalización e inversiones.

