

SEGUREM ESSA CAMPANHA

SUPOORTE PARA TODA A VIDA

ANA SANTOS GOMES

Jornalista

anasantosgomes@netcabo.pt

É POR entre as nuvens que a Zurich leva os telespectadores a espreitar os diversos momentos da vida em que a companhia está presente para apoiar os seus clientes. Este anúncio tem corrido mundo, já que a seguradora optou por apresentar a mesma campanha na Suíça, Alemanha, França, Espanha, Portugal, Itália, Rússia e

Reino Unido, Turquia, Dubai, Singapura e Estados Unidos. "Zurich Help Point" é o conceito que a seguradora não quis traduzir para os diversos idiomas em que a campanha tem circulado, mas que é facilmente compreendido pelas imagens que são apresentadas ao espectador. A viagem começa fora do mundo, de olhos postos na globalização, penetrando por entre as nuvens e observando uma típica cena de acidente rodoviário, onde a seguradora faz questão de dizer que nestes casos "nós ajudamos". O espectador volta a subir, atravessa as nuvens em sentido ascen-

dente e logo volta a descer para entrar numa casa alugada, onde acaba de chegar um profissional para reparar o problema. Também nestas situações a Zurich confirma que está sempre disposta a ajudar. Nova subida pelas nuvens e a próxima viagem leva o espectador a espreitar uma maternidade, onde um pai segura nos braços o filho recém-nascido. Aqui, a versão portuguesa do anúncio apresenta uma pequena subtileza face aos restantes anúncios noutros idiomas. As outras versões anunciam que a seguradora está presente sempre que o cliente quiser preparar financeira-

mente o futuro da sua família. Na versão portuguesa, a seguradora assume estar presente na preparação do futuro da família, deixando em aberto a possibilidade desse futuro ser melhorado financeiramente, mas também no acesso a cuidados de saúde. Uma subtileza feliz que, ainda que eventualmente inconsciente, coincide com a recém-entrada da companhia no mercado de seguros de saúde em Portugal.

E, finalmente, o tema da Reforma, com a seguradora a marcar presença na concretização de muitos sonhos para lá da vida activa. A viagem termina com o espectador a regressar ao ponto de partida, acima das nuvens, com o mundo à sua frente. É a vida que continua e que a todo o instante gera situações em que uma ajuda pode ser preciosa.

Se à primeira vista o Zurich Help Point corre o risco de parecer um call center de atendimento a clientes, cabe à própria companhia trabalhar diariamente para mostrar que a sua oferta disponibiliza muito mais do que atendimento. O apoio ao cliente é cada vez mais valorizado pelo consumidor dos nossos dias e o conceito de "help point" não funciona apenas após sinistro. O "nós ajudamos" da Zurich é precisamente o conceito que o mercado segurador precisa passar aos seus clientes a partir do momento em que estes subscvem uma qualquer cobertura. O suporte tem de ser garantido a todo o momento, preventivamente e pós-sinistro, acompanhando as necessidades dos clientes ao longo da vida. É, sem dúvida, uma boa ferramenta de fidelização.

