



FIDELIDADE

BRIEF ABERTO 2021 | APP FIDELIDADE DRIVE



**EM QUALQUER LUGAR, EM TODOS OS
MOMENTOS, A FIDELIDADE CONTINUA.
PARA QUE A VIDA NÃO PARE NUNCA.**

ENQUADRAMENTO DA MARCA

Desde 1808 que a **Fidelidade** protege o futuro das famílias, das empresas e de Portugal. Líder de mercado, vida e não vida, a seguradora junta à dimensão, solidez e credibilidade a inovação como um dos seus maiores valores. A sua estratégia incide no desenvolvimento de produtos inovadores, capazes de fazer a diferença na vida das pessoas. Mas mais do que isso. A **Fidelidade** tem no seu ADN uma forma especial de estar em sociedade, com uma consciência de serviço invulgar que, em muitas situações, a leva a proteger as pessoas para além do que lhe é exigível.



ENQUADRAMENTO DA MARCA

A **Fidelidade** quer estar ao lado dos seus clientes nos momentos mais difíceis, e quando é realmente necessário. Quer ser um exemplo para os outros e acrescentar à sua marca e à sua atuação o seu valor humano. Porque a sua maior missão é, na verdade, servir, apoiar e cuidar dos seus mais de dois milhões de clientes e desempenhar uma missão realmente diferenciadora na sociedade.



APP FIDELIDADE DRIVE

A prevenção e segurança rodoviária são uma prioridade para a Fidelidade. Por isso foi disponibilizada a App Fidelidade Drive, uma App que permite aos seus utilizadores conhecer melhor os seus comportamentos de condução, assim como ver os seus bons hábitos de condução serem recompensados.

Durante a viagem, a app recolhe dados sobre o perfil de condução de cada utilizador. No final de cada viagem, a app dá automaticamente feedback sobre a condução em análise (p.exp: indicação sobre eventos de risco durante a viagem ou dicas personalizadas sobre a condução), que pode ser consultada com mais detalhe na app e onde o utilizador pode descobrir como tornar a condução mais segura, de forma a somar mais FidCoins na sua próxima viagem.

Mensalmente vão sendo lançados desafios, que o utilizador deve cumprir, tendo a possibilidade de ganhar FidCoins, que pode acumular e trocar por vouchers na área de cliente MyFidelidade.

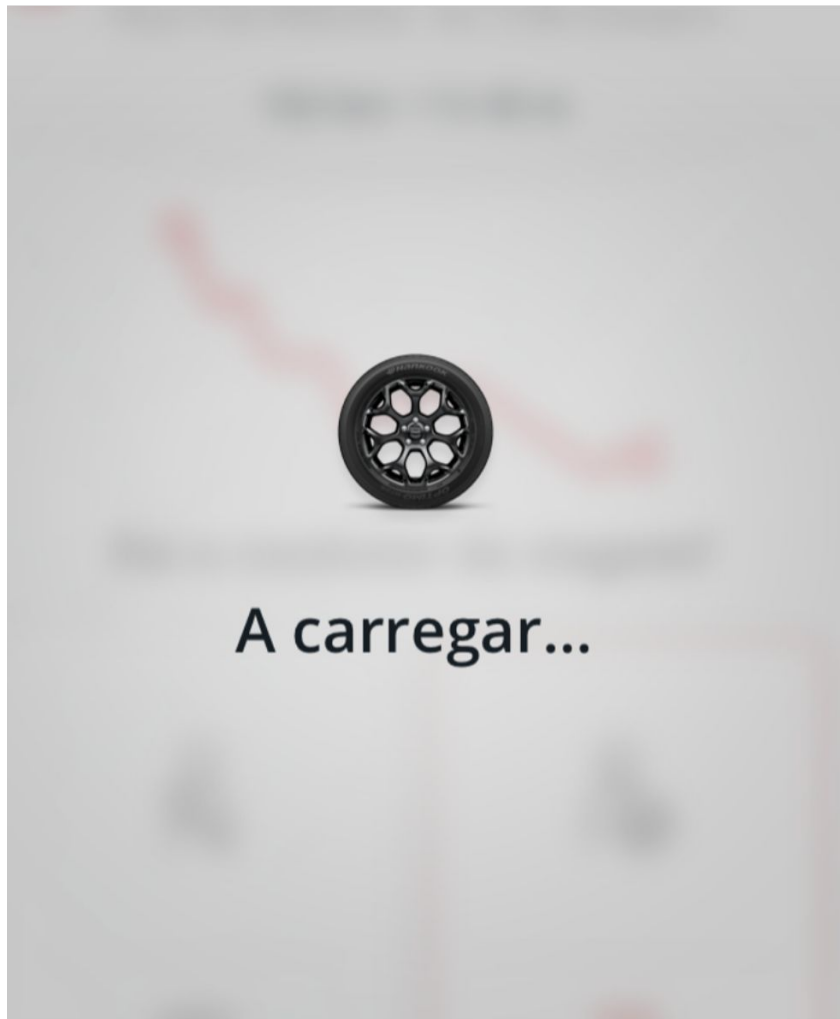


DESAFIO

O que se pretende?

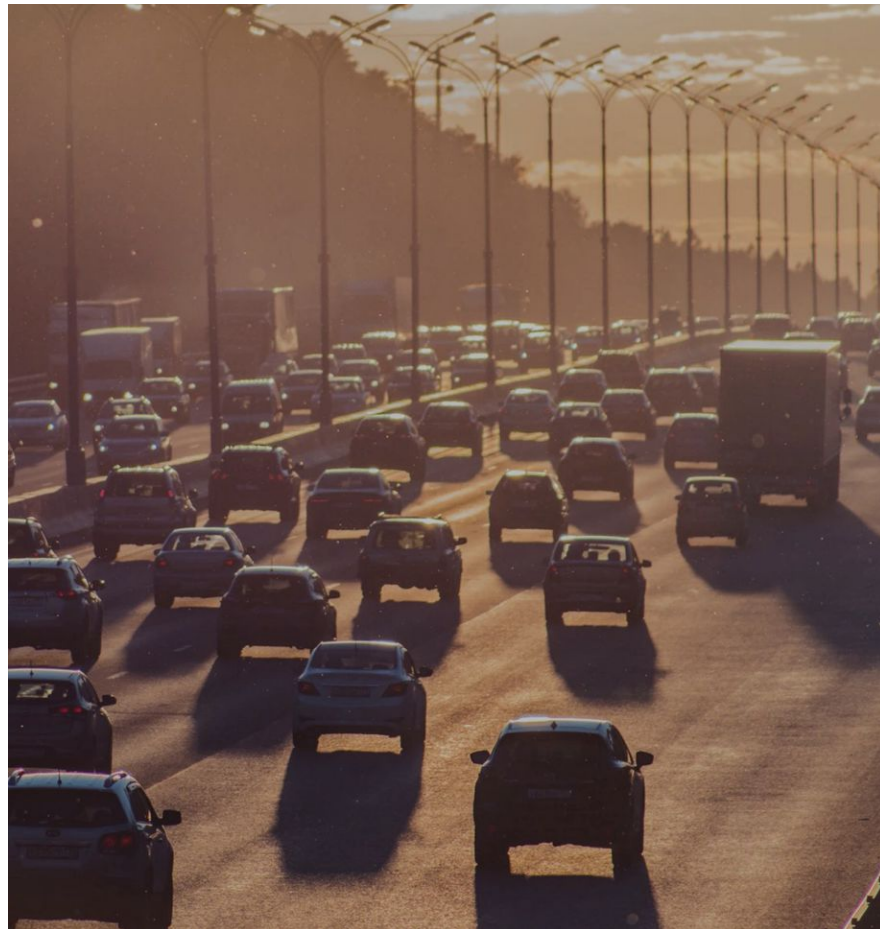
Criação de uma campanha OUT Of HOME que active o lançamento da App Fidelidade Drive.

Entende-se como Out of Home, qualquer formato de media de exterior, activação ou formato especial-



Contexto

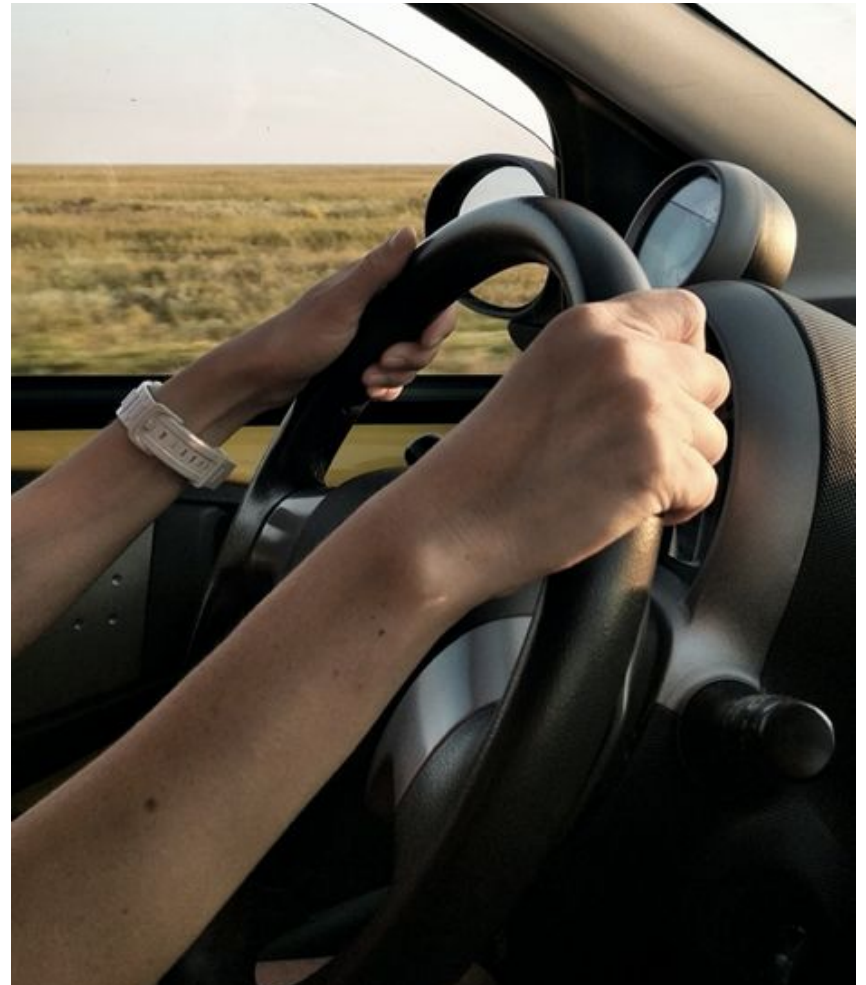
Em pleno século XXI estamos constantemente a ser impactados com imensa informação, anúncios, e campanhas sobre a importância da segurança rodoviária. No entanto, existem dados que indicam que existem mais acidentes, por exemplo, pelo uso incorreto de dispositivos de segurança (cinto de segurança, capacetes e sistemas de retenção de crianças). Mesmo com a evolução tecnológica, e com a modernização dos veículos, esta parece não garantir maior segurança aos condutores. Desta forma, é necessário criar uma consciencialização maior sobre este problema, pois sabemos que é um trabalho de todos, e que as nossas ações influenciam o mundo que nos rodeia.



MENSAGEM PRINCIPAL

A **Fidelidade** tem no seu ADN uma forma especial de estar em sociedade. Lidamos todos os dias com pessoas, e é com elas, e com as suas famílias que temos o nosso compromisso. **Nesse sentido, a segurança rodoviária é uma prioridade para a Fidelidade, pois é essencial para a prevenção dos acidentes de viação.**

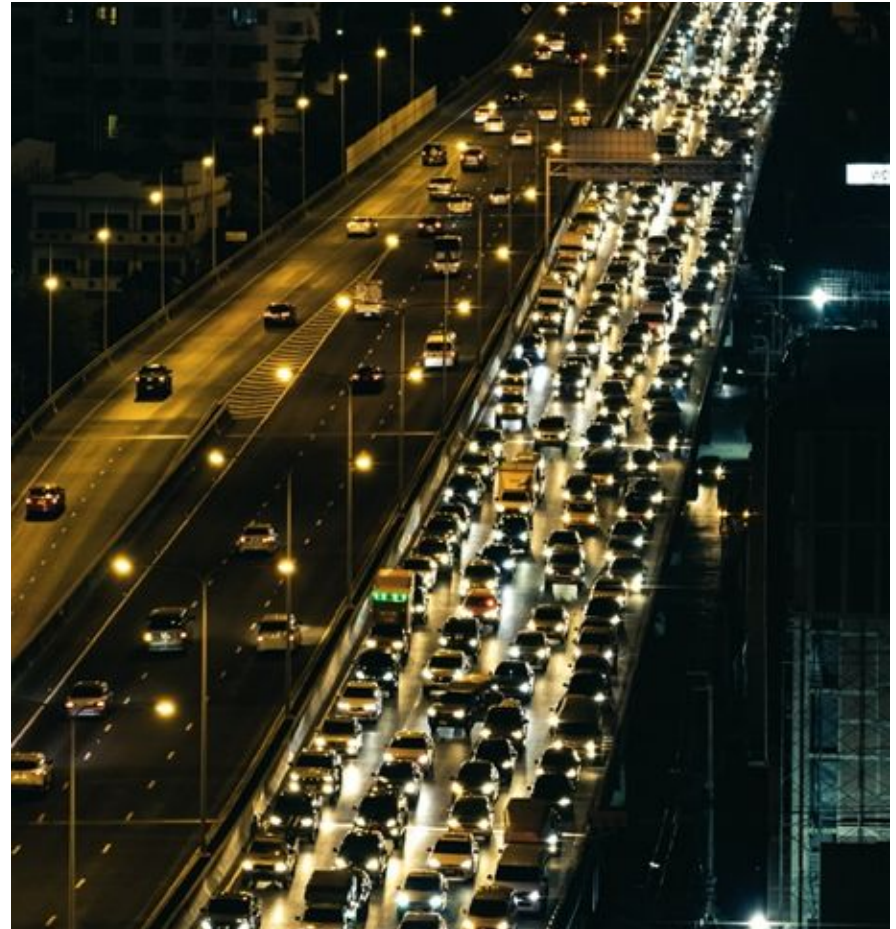
Queremos estar ao lado dos nossos clientes em todos os momentos, desta forma a nossa estratégia incide no desenvolvimento de produtos inovadores, capazes de fazer a diferença na vida das pessoas.



Reason Why

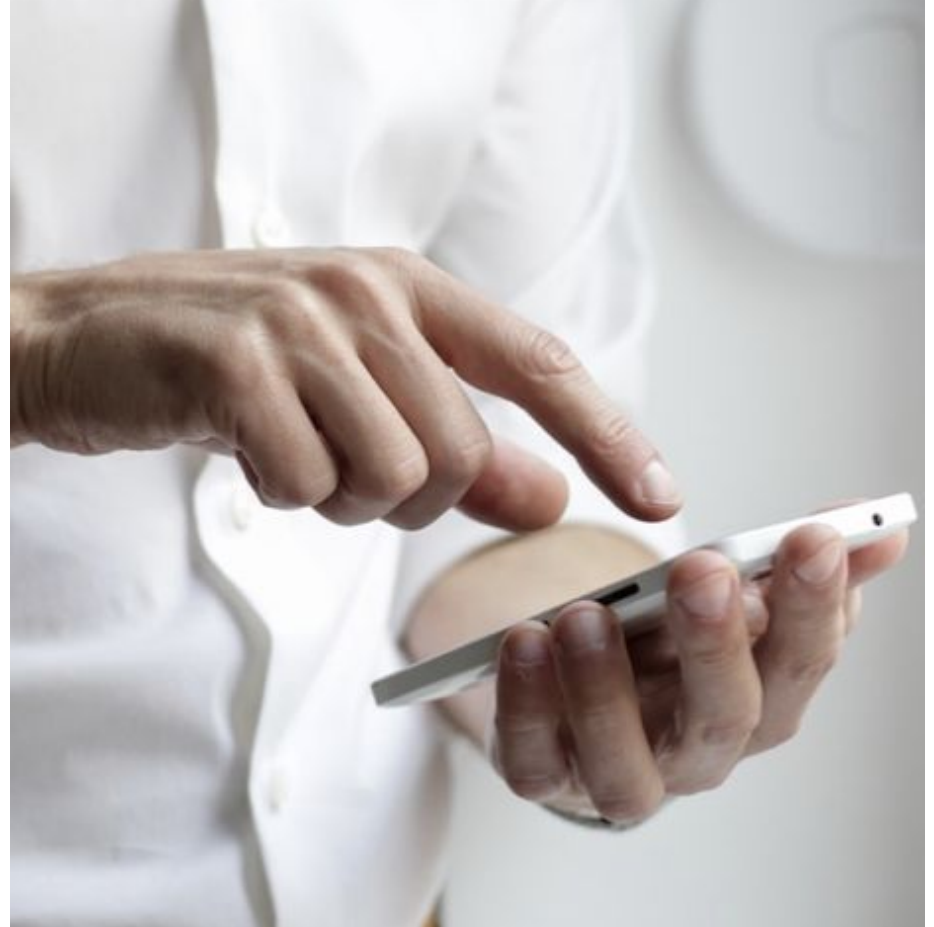
Nesse sentido, a **Fidelidade Drive** permite traçar o padrão de condução de cada utilizador, e dá-lhe dicas úteis para melhorarem a sua condução. Por esta boa conduta, a **Fidelidade** recompensa os seus clientes, de forma a incentivá-los cada vez mais a praticarem um condução segura e responsável. Esta retribuição pode refletir-se no prémio da apólice, ou descontos em parceiros **Fidelidade**.

Por fim, ajudamos na sua segurança e da sua Família.



TARGET

Esta campanha é dirigida a homens e mulheres entre os 30 aos 60 anos, que pertencem a uma classe média a alta. Residentes em zonas urbanas, e que utilizem diariamente o seu veículo para as deslocações. Adicionalmente também encontram-se atentos aos consumos diários de combustível, e possuem literacia digital.



BRIEFING

Que meios vamos usar?

Podem ser propostos quaisquer formatos tradicionais ou especiais.

Que peças devem desenvolver?

Sendo um concurso para jovens criativos, fica ao critério de cada um desenvolver as melhores peças que dêem força à ideia criativa proposta.

Deve ser explorado o conceito e ideias de meios inovadores como forma de impactar o target.

FIDELIDADE

DRIVE



LINKS APOIO

- [A Nossa Marca | Fidelidade](#)
- [Quem Somos | Fidelidade](#)
- [Relatório Sustentabilidade | Fidelidade](#)
- [A Fidelidade Continua](#)
- [Fidelidade Drive](#)
- [Vídeo promocional | App Fidelidade Drive](#)
- [Campanha de segurança rodoviária "Cinto-me Vivo"](#)
- [Locais de maior existência de acidentes rodoviários](#)
- **REGULAMENTO**

FIDELIDADE

DRIVE



A close-up, low-angle shot of a person's feet wearing white sneakers with red laces, standing on a cobblestone street. The person is wearing brown pants. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day. The text "OBRIGADO. BOM TRABALHO!" is overlaid in the bottom left corner.

**OBRIGADO.
BOM TRABALHO!**