



Sompo Seguros conquista 20º Prêmio Caio com projeto de estande 3D

Pelo terceiro ano consecutivo, sempre em uma categoria diferente, projetos da seguradora em parceria com a agência Alternativa F são destaques da premiação. A companhia alcançou aumento de 80% na visitação de seu estande num dos principais eventos do mercado segurador

A foi reconhecida na 20ª edição do Prêmio Caio, conhecido como o “Oscar dos Eventos”, com a premiação Prata na categoria *Projetos de Estandes e Ambientes Cenográficos de Grande Porte* pelo estande 3D desenvolvido numa parceria com a agência [AlternativaF](#) para a participação da seguradora Congresso de Corretores de Seguros (Conec), que aconteceu de 27 a 29 de setembro de 2018 no Transamérica Expo Center. “Esse é o terceiro ano que nossos projetos para eventos têm o reconhecimento do mercado. Em cada ano, fomos contemplados em uma categoria diferente. O estande apresentado foi um dos mais movimentados e toda a cenografia foi conceitualmente desenvolvida para reforçar o mote da campanha publicitária à época e dar suporte às várias ações de comunicação desenvolvidas nos três dias de evento”, destaca Andre Gouw, gerente de Comunicação e Marketing da Sompo Seguros.

O Projeto

O Congresso Brasileiro dos Corretores de Seguros (Conec) é um dos mais tradicionais eventos do mercado segurador brasileiro. Em paralelo ao congresso, aconteceu Exposeg, feira de negócios que contou com o estande da companhia. O stand da Sompo Seguros na Exposeg teve seus 196 m² ocupado de atividades e visitantes em período integral durante a feira. Além de encontros e reuniões informais entre executivos da companhia e corretores para debater sobre negócios e o mercado, o local também contou com diversas atrações. Quatro painéis de led fizeram referência às novidades que a Sompo trouxe para o mercado em termos de produto. “Toda a comunicação visual e as atividades desenvolvidas fazem referência a alguma iniciativa da Sompo. Nossa intenção foi a de propiciar uma experiência única e fazer com que os corretores de seguros pudessem lembrar das várias novidades que a companhia estava apresentando na ocasião”, reforça Gouw.

A cenografia contou também com elementos de temática japonesa, numa referência à origem da companhia. A arte milenar do origami foi a referência para desenvolver o layout do estande e remeter a valores da companhia: tradição, proximidade, capacidade de transformação e atenção à qualidade de vida (paz, boa saúde e felicidade). Dentro do estande, foi adotado o conceito de pontas no design dos dois bares diamantados em madeira e uma mesa *touch screen* (interativa) para melhorar o acesso do cliente ao portfólio completo de produtos Sompo.

Como elemento central e para chamar ainda mais a atenção de quem passava, foi instalado um lustre que misturava um painel de LED circular de alta resolução com peças de acrílico triangulares com direcionamento para o bar. Para completar o design, o teto foi estruturado com placas de madeira recortadas com textura japonesa. Eles elementos reforçaram a percepção 3D sob a qual o estande foi planejado.

Para tornar o estande funcional a 360 graus, já que a alta estimativa de público exigiria acesso rápido e assertivo, foram criados espaços abertos amplos. Os cantos foram utilizados para instalação das áreas de apoio, o que fez com que o centro do estande ficasse visível de todos os pontos da feira.

Além disso, durante todo o período da feira, um artista especialista na arte shodo (arte da caligrafia japonesa), personalizou copos de saquê com os nomes dos visitantes em japonês.



Como resultado da iniciativa, a Sompo Seguros alcançou um aumento de cerca de 80% nas visitas frente ao observado em edições anteriores do evento.

Tricampeonato

Este é o terceiro ano consecutivo em que uma campanha da Sompo Seguros é reconhecida pelo Prêmio Caio, sempre em projetos desenvolvidos em parceria com a agência Alternativa F. No ano passado, a companhia recebeu a premiação Prata na categoria *Operação e Produção de Eventos* pelo trabalho desenvolvido no lançamento da ação *Conquistadores 2022*. A ação contemplou o evento de lançamento que reuniu todos os colaboradores em um hotel, com o intuito de apresentar o mapa estratégico estabelecido para direcionar os negócios da empresa entre os anos de 2018 e 2022. Mesmo antes do evento, uma série de teasers online e offline foram divulgados como se fossem uma “contagem regressiva” para aguçar a curiosidade dos colaboradores para o evento. Com o slogan “*Todo espaço para irmos além*”, a ideia era tornar cada colaborador um “conquistador”. Se valendo da ideia de uma viagem espacial, todo o local do evento contou com uma cenografia temática e os colaboradores foram colocados como astronautas, protagonistas.

Já em 2017, a seguradora recebeu a premiação Prata na categoria *Marketing Estratégico para Eventos* por uma campanha de endomarketing que apresentava para os colaboradores da companhia as vantagens e características do Seguro Residencial Supremo, produto que estava prestes a ser lançado à época e que tem o objetivo de contemplar as necessidades específicas dos proprietários de casas ou apartamentos (habitual ou de veraneio) com foco em imóveis de valor superior a R\$ 2 milhões.

Como parte da estratégia, os colaboradores foram surpreendidos com uma exposição de arte num primeiro dia, com imagens de joias, carros e objetos de alto valor. Numa outra etapa, receberam a informação de que esses “objetos” teriam sido supostamente roubados, incendiados e molhados e foram convidados a opinar sobre o que teria acontecido. Ao final, a divulgação de um vídeo trouxe a solução do mistério, além do sorteio de dois jantares. A iniciativa, que teve como objetivo reforçar os atributos do produto junto aos colaboradores da companhia, encontrou grande repercussão e foi uma das ações desenvolvidas no processo de lançamento de divulgação do produto.

Sobre o Prêmio Caio

O Prêmio Caio® é uma realização da Eventos Expo Editora, foi criado em 1999 e está em sua 20ª edição. Tem como missão promover, difundir e aprimorar a utilização de uma das mais modernas e eficazes ferramentas de marketing à disposição das empresas: a promoção comercial, o marketing promocional, o turismo de negócios e os eventos, elegendo as melhores empresas, profissionais e empreendimentos destes setores no país. Além disso, tem como objetivo incentivar, reconhecer e valorizar o trabalho de empresas e profissionais da Indústria Brasileira de Eventos e Turismo, proporcionando reconhecimento em seu segmento e na mídia. Desde sua criação o Prêmio Caio® é gerido por um Conselho Diretor, que em 2017 é composto pela ABEOC Brasil – Associação das Empresas de Eventos; ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis; ABRACCEF - Associação Brasileira dos Centros de Convenções e Feiras; ACADEMIA Brasileira de Eventos e Turismo; AMPRO – Associação de Marketing Promocional; UBRAFE – União Brasileira de Promotores de Feiras; e UneDESTINOS - União Nacional das Entidades de Destinos e EXPO Editora.

Sobre a SOMPO Seguros S.A



A Sampo Seguros S.A. é uma empresa da Sampo Holdings, um dos maiores grupos seguradores do Japão e do mundo. Resultado da integração das operações da Marítima Seguros, companhia fundada em Santos em 1943, e da Yasuda Seguros, fundada no Brasil em 1959; a companhia atua nas áreas de Seguros Corporativos (Auto Frotas, Empresariais, Riscos Nomeados e Operacionais, Transportes, Engenharia, Responsabilidade Civil, Garantia, Agrícola, Penhor Rural e Benfeitorias, Vida em Grupo, Acidentes Pessoais Coletivo, entre vários outros) e Pessoais (Auto, Residencial e Acidentes Pessoais); bem como na área de Seguro Saúde. Atualmente a empresa conta com filiais em todas as regiões brasileiras.

O Grupo Sampo tem sua origem no Japão, atua há 130 anos no mercado de seguros e hoje conta com subsidiárias nos cinco continentes. No Japão, disponibiliza uma vasta gama de seguros nas áreas de Ramos Elementares, Vida e Acidentes Pessoais, além de outros produtos financeiros e serviços a fim de propiciar incremento na segurança, saúde e bem-estar dos clientes.

Informações para a imprensa:

Sampo Seguros

Departamento de Comunicação e Marketing

William Parron

Tels. (11) 3156-1451 / 97241-4382

E-mail: wparron@sampo.com.br