

PROJETO
LOVEMARK

UNIMED

50 anos acreditando na vida





CON TEX TO

Desde 2019, a Unimed Porto Alegre vem em um projeto de longo prazo de **transformação de sua marca em uma lovemark dos gaúchos**. No final de 2021, a marca estava completando 50 anos. Um momento de grande celebração, mas que ainda sofria reflexos da Pandemia – especialmente no setor da saúde.

Como dar continuidade ao projeto de lovemark e celebrar um aniversário de marca em um momento tão delicado e triste?



A ESTRATÉGIA

Buscar fortalecer os vínculos dos públicos com a marca. Em vez de diferenciais de negócio ou mensagens racionais, **uma mensagem positiva, de esperança, fortalecendo o vínculo emocional** com as pessoas.

Buscamos na essência da marca o conceito para a campanha. “A gente acredita na vida” mostra que a marca está preocupada em **cuidar da vida** das pessoas ao mesmo tempo em que fala que **acredita em um futuro melhor.**

A IDEIA CRIATIVA

AS CAMPANHAS

Escolhemos três momentos-chave de forma a estabelecer um vínculo emocional com nossos públicos:

Final de ano - 50 anos



Dia das Mães



Dia dos Pais



Clique nas telas para assistir aos filmes



OS RESULTADOS

Aumento de **engajamento**
nas plataformas digitais:



+ de 7 milhões
de views no Youtube



+ de 7.400
interações no Instagram

Segundo o Google Trends,
**o maior pico de busca pelo
nome da marca** na história,
logo após veiculação do
vídeo da campanha.



A marca mais lembrada na
categoria e a segunda mais
amada de todo RS, ficando
à frente de marcas como
Coca-Cola, Renner e Itaú.