

## **MetLife reforça importância do seguro de vida e atrela os benefícios do produto aos atributos de marca em campanha**

*Seguradora amplia o conceito #SeguroéVida e aposta em Podcast, influenciadores, branded content e mídia on e off para posicionar a marca como solução para diferentes públicos*



**São Paulo, 03 de outubro, 2022** - A MetLife, uma das principais empresas de serviços financeiros do mundo, lança, neste mês, sua segunda grande campanha no Brasil com o intuito de reforçar o conceito 'Seguro é Vida' (lançado em 2021), apresentar os valores da marca e promover a identificação dos benefícios, atrelados aos produtos, para os mais diversos públicos. A empresa quer aumentar os resultados das ações de marketing que, no ano passado, resultaram em um alcance de marca 350% maior nas redes sociais, foram responsáveis por atrair novos leads e incentivaram um movimento positivo de educação sobre os benefícios do seguro de vida em vida.

Com a assinatura "Seguro é Vida e Seguro de Vida é MetLife" a campanha deste ano, desenvolvida pelo Grupo FSB, conta com mídia on-line, out-of-home, veiculações em rádio, programática, ativações no digital, além do apoio de um squad diverso de influenciadores, que produzirão conteúdo direcionado a diferentes públicos com os quais a marca conversa, como famílias, empreendedores, profissionais de recursos humanos e aqueles que ainda não conhecem sobre seguro. Outra novidade é o lançamento do podcast 'MetLifeComVida', em parceria com a rádio BandNews FM. O espaço será dedicado a rodadas de bate papo com executivos da empresa e apresentará temas voltados ao universo dos seguros, com o objetivo de desmistificar o seu uso e apresentar inúmeros benefícios ao público em geral, esclarecendo as principais dúvidas com relação ao produto.

"Estamos muito confiantes com o lançamento de mais uma campanha no Brasil. Em 2021, conseguimos lançar o conceito 'Seguro É Vida', para levar ao brasileiro a reflexão de que o produto apresenta inúmeros benefícios para uso em vida. Isso gerou um movimento muito relevante no mercado e temos percebido, cada vez mais, outras empresas falando de seguro de forma diferente e apresentando esses benefícios de uso à população, o que é muito positivo para todo o setor. Para este ano, a proposta é gerar uma conexão de cada público com àquilo que possa ser mais relevante para o seu momento e para aquilo que importa pra ele, mais do que isso, queremos que as



pessoas conheçam mais sobre a tradição, a história e os compromissos da MetLife”, explica Carolina Montanino, Head de Marketing da MetLife Brasil. Segundo a porta-voz, uma pesquisa nacional encomendada pela marca ao Instituto FSB de Pesquisa, neste ano, apontou o aumento de 7 pontos percentuais no awareness da marca, entre o público propenso à compra de um seguro de vida, pós campanha de 2021. “Acreditamos que apresentar os motivos que levam as pessoas e as empresas a adquirirem seguros de vida, nos ajudará a expandir este número”, acrescenta.

### **Dados sobre o setor de seguros**

O brasileiro nunca esteve tão aberto a ouvir sobre seguro de vida e o crescimento contínuo do setor, mesmo desde a pandemia, aponta isso. Segundo dados publicados na 22ª edição do Boletim IRB+Mercado, realizada pelo IRB Brasil RE com base nos dados da Susep, o mercado de seguros cresceu 19,6% no primeiro semestre de 2022, com um faturamento de R\$ 80 bilhões. Somente no mês de junho, o setor teve um faturamento de R\$ 15,6 bilhões, um crescimento de 23,1% na comparação com o mesmo mês de 2021. O segmento Vida está entre os que mais contribuíram com o avanço, sendo responsável por R\$ 2,9 bilhões.

### **Ficha técnica**

Agência: FSB Comunicação

Cliente: MetLife Brasil

Criação: Guilherme Chaves e Bruno Pitton

Planejamento: Maria Fernanda Graciosa

Redação: Anderson Rodrigues e Nikolas Cerqueira

Mídia: George Mofarej, Alaine Pambukiam, Jefferson Santi, Elaine Souza

Marketing de influência: Ana Kley e Guilherme Martins

Atendimento: Juliana Macedo e Marina Gil

Direção geral: Monica Giacomini e Jaderson Alencar

Aprovação cliente: Carolina Montanino e Mayara Silva

### **Sobre a MetLife**

A MetLife, Inc. (NYSE: MET), por meio de suas subsidiárias e afiliadas (“MetLife”), é uma das principais empresas de serviços financeiros do mundo, oferecendo seguros, benefícios para funcionários e gestão de ativos para ajudar clientes individuais e corporativos a criar um futuro mais seguro. Fundada em 1868, a MetLife opera em mais de 40 países e ocupa posições de liderança de mercado nos Estados Unidos, Japão, América Latina, Ásia, Europa e Oriente Médio. Para obter mais informações, acesse [www.metlife.com](http://www.metlife.com).

### **Mais informações para imprensa:**

**FSB Comunicação**

Marina Gil Bedani

[Marina.gil@fsb.com.br](mailto:Marina.gil@fsb.com.br) | 11 98209.2449

Juliana Macedo

[juliana.macedo@fsb.com.br](mailto:juliana.macedo@fsb.com.br) | 11 99307-2499