



Banesco Seguros renueva su eslogan

“Vive el presente, cuidamos tu futuro” será la frase que identificará a la aseguradora. Luis Javier Pisonero, un reconocido especialista en temas de marca en Venezuela, asesoró en el proceso de selección.

Banesco Seguros renovó su eslogan. La aseguradora utilizará en sus comunicaciones la frase “Vive el presente, cuidamos tu futuro”, con la cual quiere transmitir a sus clientes su apoyo constante en la prestación de su servicio.

Myrna Hobaica, vicepresidenta ejecutiva de Mercadeo e Innovación de Banesco Banco Universal, explicó que “con el nuevo eslogan queremos transmitirle a nuestros clientes que se enfoquen en la calidad de vida y en disfrutar los momentos que el presente les ofrece y de los cuales se va construyendo una vida feliz, entregándonos su confianza. En Banesco Seguros retribuiremos esta confianza con atención responsable, oportuna y de calidad cuando el cliente requiera nuestro apoyo”.

Al ser consultada sobre el proceso de selección de la frase, Hobaica indicó que “realizamos un trabajo para identificar el posicionamiento más adecuado, las nuevas tendencias, los espacios de comunicación en el mercado asegurador venezolano y, principalmente, la realidad y necesidades del venezolano de hoy. A partir de ese interesante y profundo estudio llegamos a una línea de posicionamiento que representa la esencia de Banesco Seguros, y que a la vez se alinea tanto con las macro tendencias como con las necesidades de nuestro mercado. Partiendo de ello, formulamos una batería de enunciados, los cuales fuimos pasando por distintos filtros de significados, contenidos e impacto, hasta llegar a la declaración con la cual nos sentimos comprometidos y orgullosos.

Para el estudio se contó con el apoyo de Evolución, empresa de Luis Javier Pisonero y quien es uno de los mejores especialistas en temas de marca en Venezuela. Para todo lo relacionado con la aplicación gráfica y la progresiva estrategia de comunicación Banesco se apoyará en Grupo 35.

Sobre la estrategia de difusión del nuevo eslogan, Hobaica comentó que será un proceso paulatino para lo cual utilizarán en primer lugar el contacto directo con sus productores y clientes. “Se irá difundiendo a través de toda la estrategia de comunicación y plan de medios masivos, medios directos y redes sociales a corto y mediano plazo. Usaremos el eslogan para apoyar la construcción del posicionamiento en cada punto de contacto y cada comunicación dirigida hacia nuestras audiencias de interés”, dijo.