

#SunăUnPrieten

Metropolitan Life lansează o campanie inedită despre obiceiurile românilor în situații neprevăzute

București, 23 august 2018 – Metropolitan Life lansează #SunăUnPrieten, o campanie despre modul în care românii se raportează la situațiile neprevăzute, care adesea îi fac să se simtă lipsiți de control. Campania a fost creată pentru promovarea asigurării de viață Așa cum vrei tu – o soluție simplă, flexibilă și transparentă - prin care consumatorii pot avea mai mult control asupra momentelor imprevizibile pentru a se bucura mai mult de viață alături de cei dragi.

Potrivit studiilor recente, 87% dintre respondenți au declarat că își doresc o asigurare care să le facă viața mai ușoară. Cu toate acestea, mulți români recunosc faptul că evită să se gândească la evenimentele negative care ar putea avea loc sau să se pregătească pentru eventualitatea acestora și nu înțeleg întotdeauna valoarea pe care o aduce asigurarea.

Campania prezintă un experiment social inedit, pentru a confirma un obicei adânc înrădăcinat - acela că cei dragi fac orice pentru noi - pentru a genera o conversație despre nevoia de protecție și modul în care asigurarea de viață poate contribui la un control sporit asupra evenimentelor neașteptate ale vieții. Experimentul poate fi vizualizat aici:

www.metropolitanlife.ro/campanie/sunaunprieten.

"Am pornit de la o realitate culturală profundă, pentru a-i face pe oameni să conștientizeze nevoia de protecție și pentru a schimba percepțiile existente despre asigurarea de viață. Cercetările noastre au arătat că oamenii doresc o asigurare simplă, flexibilă și transparentă, care să-i protejeze pe ei și familiile lor, pe măsură ce pășesc prin viață pe un drum plin de provocări și schimbări. Știm că 83% din consumatori consideră că asigurarea de viață este un act de responsabilitate față de familia lor (studiu 2017) și dorim să îi ajutăm să devină mai conștienți de opțiunile existente.", a declarat Lelia Mancaș, Director de Marketing și Comunicare Metropolitan Life România.

Soluția Metropolitan Life a fost concepută pentru a le permite oamenilor să preia controlul asupra situațiilor imprevizibile ale vieții, astfel încât să se poată concentra pe ceea ce contează cel mai mult. Asigurarea Așa cum vrei tu este un produs simplu, flexibil și transparent, atribute care au fost confirmate în cercetările recente, potrivit cărora 84% dintre respondenți iau în considerare această soluție pentru nevoile lor.

"Brief-ul a fost, cu siguranță, o provocare complexă, dar ofertantă din punct de vedere creativ. Cum poți aduce în discuțiile cu cei din jur subiecte la care aceștia refuză să se gândească? Soluția a venit în momentul în care ne gândeam la insight-ul cultural foarte puternic: faptul că românii apelează la familie sau prieteni atunci când au nevoie de ajutor. Am constatat că lipsa de control pe care o simțim în aceste situații ne creează adesea o senzație de disconfort. Astfel, execuția s-a conturat în mod firesc și suntem convinși că această campanie îi va face pe oameni să se gândească serios la nevoia lor pentru o asigurare de viață. Mulțumim clientului nostru Metropolitan Life, care a dorit o campanie curajoasă și care a avut încredere să o și facă să se întâmple împreună cu noi.", a povestit Simona Suman, Creative Director MRM/McCann România.

Media & canale

Campania se va desfășura predominant online cu execuții dedicate mediului digital, prin intermediul canalelor principale folosite de publicul țintă: Google, Social Media, PR, Website, precum și prin intermediul consultanților Metropolitan Life.

Consumatorii vor putea viziona și distribui experimentul social, vor descoperi testimonialele celor implicați în experiment, vor putea afla despre beneficiile asigurării *Așa cum vrei tu* și cere o ofertă pentru acest produs, prin platforma dedicată www.metropolitanlife.ro/campanie/sunaunprieteni, disponibilă în noul website al companiei.

Metropolitan Life a lansat recent noul website al companiei, cu scopul de a fi în contact cu clienții într-un mod cât mai simplu și relevant. Noul website este optimizat pentru dispozitivele mobile și motoarele de căutare și sprijină realizarea unei tranziții firești la serviciile din portofoliul companiei. Website-ul Metropolitan Life poate fi vizitat aici - <https://www.metropolitanlife.ro/>.

Conceptul campaniei **#SunăUnPrieten** aparține MRM Worldwide România, care gestionează strategia, creația, achiziția media și execuțiile pentru canalele de comunicare ale companiei, iar amplificarea comunicării prin PR (parteneri media și reprezentanți ai blogosferei) este realizată de către McCann PR România.

Echipele responsabile pentru dezvoltarea și implementarea campaniei:

Metropolitan Life:

Alexandra Crivăț (Integrated Marketing Manager)
Lelia Mancaș (Head of Marketing & Communication)
Cristina Drăghici (Senior PR & Communication)
Bianca Sîrboiu (Senior Customer Experience)

MRM Worldwide România:

Ionela Buta (Deputy CEO)
Simona Suman (Creative Director)
Denisa Armașu (Senior Copywriter)
Răzvan Bănică (Art Director)
Ștefan Georgescu (Strategic Planner)
Raluca Berceanu (Group Account Director)
Ana-Maria Dumitrescu (Senior Account Manager)
Cătălina Popescu (Account Executive)

McCann PR:

Ruxandra Vasilescu (Business Director)
Silvia Parpală (Account Manager)
Oana Călin (Senior Account Executive)

Surse:

- *Studiu calitativ și cantitativ realizat de Metropolitan Life, august 2017, eșantion reprezentativ: 1300 participanți, reprezentare națională.*
- *Studiu calitativ realizat de Metropolitan Life, iunie 2018, eșantion reprezentativ cu vârste cuprinse între 30-50 de ani, cu studii medii și superioare, venituri de peste 2.400 lei.*
- *Studiu cantitativ realizat de Metropolitan Life, septembrie 2017, eșantion reprezentativ: 800 respondenți, reprezentare națională.*

Despre asigurarea *Așa cum vrei tu*

Asigurarea *Așa cum vrei tu* este un produs simplu, transparent și flexibil ce oferă clienților acces la o gamă variată de beneficii de protecție, concepute pentru a răspunde nevoilor acestora aflate în permanentă schimbare. Asigurarea oferă un nivel ridicat de control asupra părții imprevizibile a vieții și asupra resurselor pentru a-și proteja viitorul din punct de vedere financiar. Această extindere a portofoliului companiei are loc într-un context în care, potrivit cercetărilor realizate de Metropolitan Life, motivațiile de achiziție a unei asigurări de viață sunt legate de protecția individuală și familială, protecția împotriva cheltuielilor neprevăzute, economisirea pentru perioada pensiei, dar și obținerea unui sentiment de liniște oferit de un plan de protecție pe termen lung.

Despre Metropolitan Life

Metropolitan Life este parte a MetLife, Inc., una dintre cele mai mari companii de asigurări de viață din lume, și filială a companiei irlandeze MetLife Europe d.a.c.. Înființată în 1868, MetLife oferă, la nivel global, asigurări de viață, planuri de pensii, beneficii pentru angajați și servicii de administrare a activelor. Cu aproximativ 100 de milioane de clienți, MetLife are operațiuni deschise în aproape 50 de țări și deține poziții de conducere în piețe din Japonia, America Latină, Asia, Europa și Orientul Mijlociu. În România, Metropolitan Life are peste 19 ani de activitate pe piața de asigurări de viață. Două milioane de clienți beneficiază de asigurări de viață și pensii private obligatorii oferite de Metropolitan Life la nivel local.