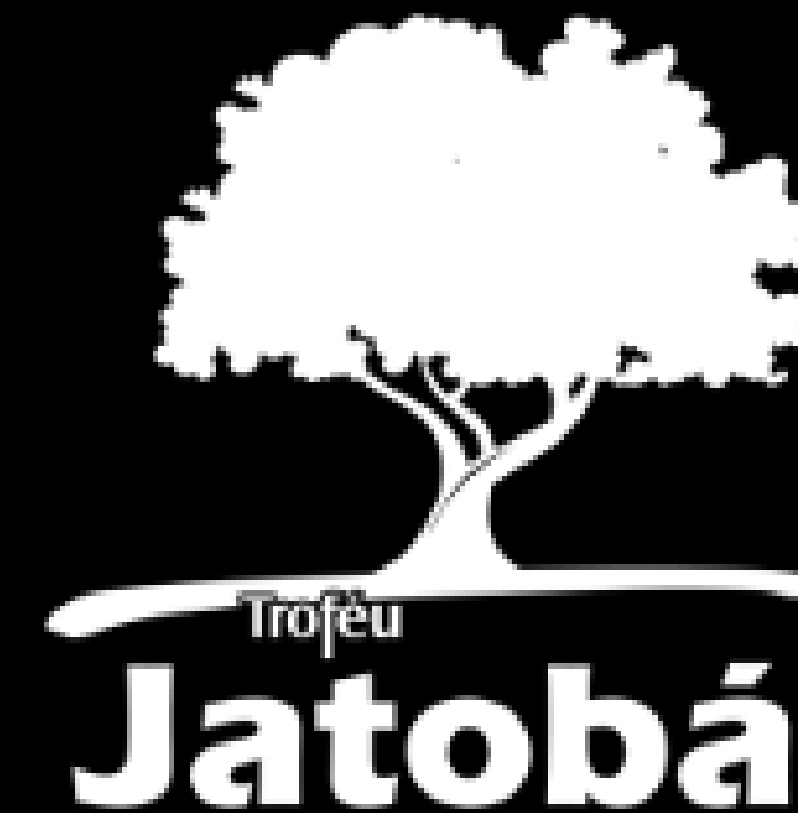


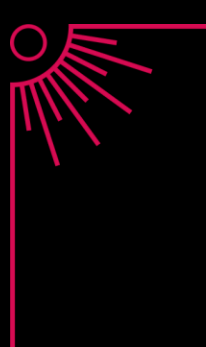
SEM↑
PARAR

CASE DE COMUNICAÇÃO

CAMPANHA DE HALLOWEEN SEM PARAR



PRÊMIO JATOBÁ 2025 | CATEGORIA:
RELACIONAMENTO COM INFLUENCIADORES



I CONTEXTO

- No mês de outubro de 2024, o Sem Parar, plataforma de soluções para o carro com mais de 25 anos de história, lançou a primeira campanha integrada no segmento de seguros, uma vertical nova para a companhia
- A empresa aproveitou a celebração anual de Halloween como inspiração para falar de proteção e imprevistos, com uma comunicação irreverente e engajadora
- O Halloween como uma metáfora para proteção contra sustos reais

I DESAFIO DA AÇÃO

- Conectar humor com a proteção veicular
- Reforçar a cultura da prevenção e assistência
- Tornar o tema 'seguros', que sempre remete a acidentes, mais leve, menos burocrático e acessível



I OBJETIVO DA CAMPANHA

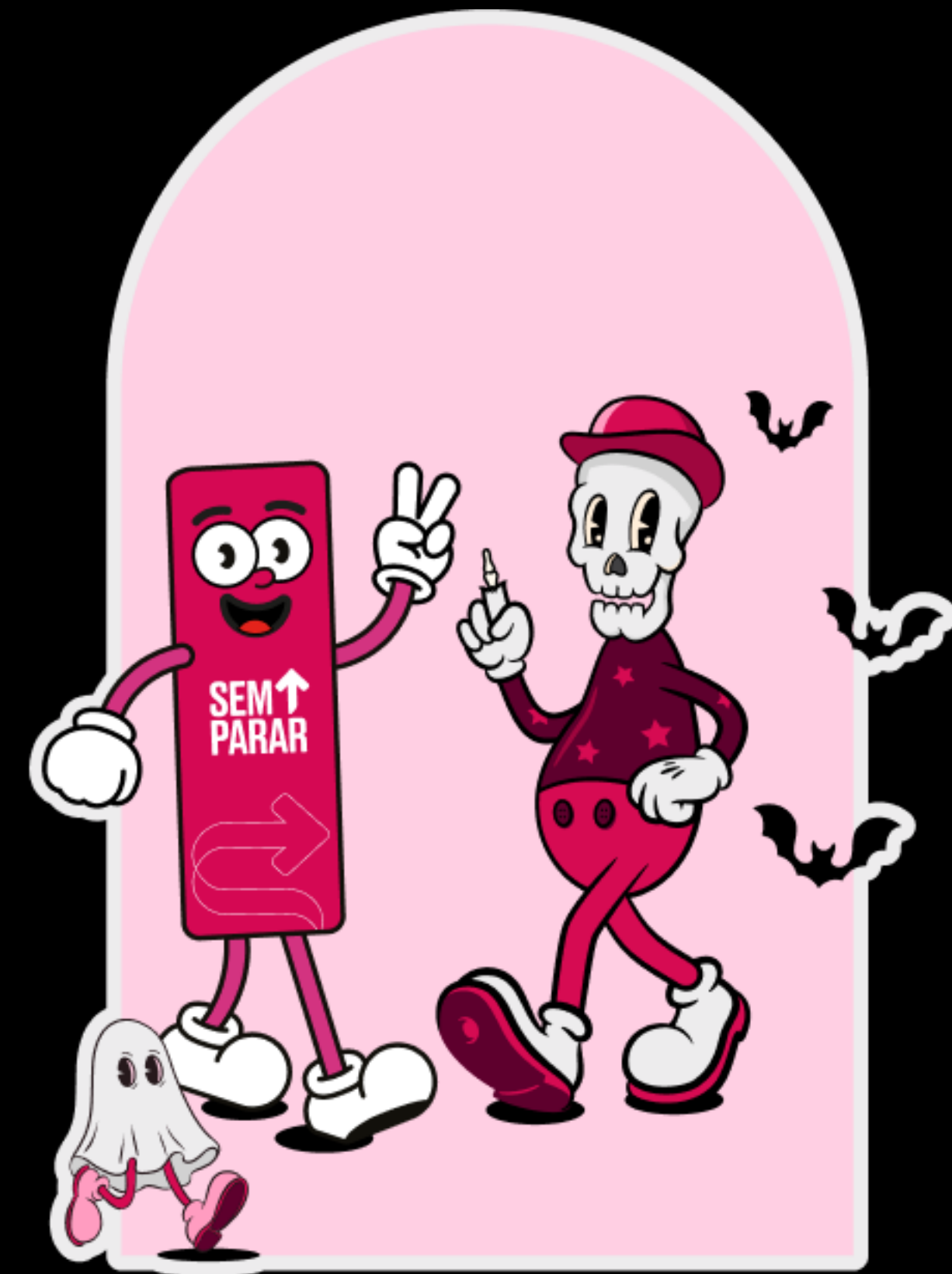
- Ampliar a visibilidade e conhecimento dos Seguros do Sem Parar
- Promover a cultura de proteção veicular
- Gerar conhecimento e tráfego para os produtos do portfólio como um todo:
 - **Seguros para o carro:** Assistência Auto, Proteção Auto, Seguro Auto Completo, Seguro Auto Diário
 - **Seguros pessoais:** Proteção Financeira, Seguro Viagem e Proteção Pessoal.



SEM ↑
PARAR

I ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO

- Uma comunicação integrada e multicanal, com conteúdo engajador e experiências com influenciadores:
 - Mídia paga em redes sociais, conectada a mensagem-chave que gostaríamos de transmitir
 - Ativações com influenciadores e ação física (Hopi Hari – Hora do Terror), materializando a experiência com influenciadores
 - Comunicação com a imprensa, demonstrando os diferenciais da campanha



**SEM ↑
PARAR**

I A PROTAGONISTA

- A influenciadora Márcia Sensitiva (6M seguidores)
- Falar com humor conectado à previsões e energias positivas
- Narrativa de proteção contra sustos e imprevistos



UMA ROTINA SEM
SUSTOS E SEU FUTURO
NO **#MODOLIVRE**



SEM 
PARAR

NOSSOS RESULTADOS



5.5Mi

Alcance

Melhor mês do Ano

12%

Taxa de engajamento

2º Melhor mês do Ano

49%

Taxa de engajamento
na ação com a marca

+ extensão da experiência
com micro influenciadores na
“Hora do Horror” no Hopi Hari



@[RenataMeyer](#) com
63k seguidores



@[Saindo pelo Mundo](#)
com 71k seguidores



@[sejoganoroteiro](#)
com 432k seguidores



@[programaparadois](#)
com 103k seguidores

SEM
PARAR

NOSSOS RESULTADOS

14

INSERÇÕES

R\$ 190K

PR VALUE

750K

PESSOAS IMPACTADAS



SEM
PARAR

CONCLUSÃO

A estratégia com influenciadores:

- Reforçou o posicionamento inovador e irreverente do Sem Parar
- Fortaleceu a plataforma de soluções do Sem Parar, que tem tudo para o carro dos clientes, destacando o awareness de um serviço novo, o seguro auto
- Contribuiu para o negócio e estratégia da companhia
- Permitiu alcançar um público diferente por meio de uma abordagem disruptiva
- Atingiu uma bolha de faixa etária mais jovem, parte da nossa estratégia e negócio

+26MM
de impressões

INFLUENCIADORES

+5.5Mi
IMPRESSÕES

MÍDIA DIGITAL

+17.9Mi
IMPRESSÕES

PUBLIC RELATIONS

+750Mil
IMPACTO

SEM ↑
PARAR



OBRIKADO!

**SEM ↑
PARAR**