



SÃO PAULO UMA CONQUISTA OLÍMPICA



EM BUSCA DO ELDORADO BRASILEIRO

São Paulo é a maior cidade da América do Sul. A terceira maior do mundo. O Eldorado brasileiro onde brilham as grandes oportunidades. Uma terra que atrai milhões de pessoas em busca do sucesso profissional e financeiro. A Golden Cross tinha um desafio: percorrer quatrocentos quilômetros em busca do sucesso. A maratona, que começava no Rio de Janeiro, tinha um alvo definido. Era preciso superar as barreiras e, com determinação, fincar a bandeira da empresa no concorrido mercado paulistano. A questão era: Como? A Golden Cross ainda sofria o estigma de empresa regional com foco no mercado carioca, o que prejudicava sua atuação em outros mercados, principalmente em São Paulo.

Para superar estes entraves, era necessário que a empresa se relacionasse melhor com seus públicos, sobretudo com os influenciadores na decisão de compra, ou seja, os gestores de RH, médicos e corretores. Apesar de todos os esforços de revitalização da marca feitos até então, a empresa ainda não tinha força de penetração e vendas entre os paulistanos.

CATEGORIA
SAÚDE

A GRANDE SACADA DA GOLDEN CROSS

2004 era o ano da maior festa do esporte no planeta. Os jogos olímpicos voltariam para onde nasceram: Atenas, na Grécia. Um evento que atraía a atenção de multidões e representava a esperança de medalhas para milhares de atletas. Superação, determinação e compromisso com a vitória levariam para o alto do pódio os novos heróis olímpicos. Era a chance que surgia para a Golden Cross pôr em prática uma ambiciosa estratégia de marketing, e alcançar também, com superação e determinação, um lugar entre os vitoriosos. Não em Atenas, mas aqui em São Paulo.

A Golden Cross firmou parceria com o COB – Comitê Olímpico Brasileiro –, e tornou-se a assistência médica oficial dos atletas do Brasil em Atenas. Tendo a saúde preventiva como foco, foi desenvolvida uma campanha de comunicação propondo a conquista da saúde associada à prática constante do esporte.

Nesta ação foram investidos R\$ 3,6 milhões. O carisma de Giovane, nas peças publicitárias, deu enorme destaque e



lembrança à marca Golden Cross. No mercado de São Paulo houve aumento significativo no número de consultas ao tele-vendas e corretores.

O crescimento no faturamento bruto foi da ordem de 12% durante o período da campanha no mercado de São Paulo. Um recorde valioso para a empresa, e comemorado como uma grande conquista olímpica.

AÇÕES NA MÍDIA

Como estratégia de mídia, a Golden Cross apresentou-se como patrocinadora da transmissão dos Jogos Olímpicos de Atenas do SporTV, esteve presente na TV Globo e nos canais Globosat no mês de agosto, e vem veiculando intensamente suas peças impressas em revistas, jornais e mídia exterior. As campanhas empresarial e de varejo também seguiram alinhadas neste mesmo posicionamento. Todas elas contaram com a presença do jogador Giovane, medalhista olímpico e um dos mais conhecidos astros do esporte nacional.



DE OLHO NO FUTURO

A Golden Cross já era uma empresa reconhecida por todos os públicos, quer pela sua força no passado, quer pelo seu ressurgimento na mídia. A afirmação da marca no mercado de São Paulo é o principal foco da empresa agora. E as ações não irão se restringir à propaganda. Para a empresa, em um mundo competitivo e saturado por mensagens publicitárias, só “falar” não é mais suficiente. O Programa de Saúde Golden Cross, voltado para pessoas de todas as idades, tem como objetivo a prevenção de doenças e a promoção de atividades que incentivem as pessoas a adotarem atitudes mais saudáveis. O programa deve atingir um público segmentado: clientes e não clientes, médicos, corretores e os responsáveis pelas áreas de recursos humanos de empresas de médio porte. O objetivo é o de gerar visibilidade e consolidar uma nova imagem para a marca no mercado paulistano. Neste aspecto, a empresa deve patrocinar atividades esportivas voltadas à preservação da saúde e bem-estar da população. Com isso a Golden Cross espera restabelecer a credibilidade junto à rede credenciada (médicos, laboratórios e hospitais). Ter produtos para ser reconhecida como uma ótima opção de operadora de planos de saúde. E, com a inauguração da nova sede, tornar-se uma empresa “real”, presente e ativa em São Paulo.

As ações não se restringirão à propaganda. Para a empresa, saturado por mensagens publicitárias,



JÁ REPAROU COMO
O TEMPO PASSA
MAIS LENTAMENTE
PARA QUEM CORRE
DO QUE PARA
QUEM FICA PARADO?

Quer uma dica? Pratique esporte.

Entre 2004-2011 em contato com o atendimento
www.goldencross.com.br

 **Golden Cross**
Assistência médica oficial das atletas olímpicas brasileiras.


COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO

ANS nº 403911

em um mundo competitivo e só "falar" não é mais suficiente.