

## **MARCAS - Rebranding aproxima consórcio da marca-mãe Magalu para crescer**



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

nova logotipia que passa a destacar o nome da empresa e não mais o produto

Uma das principais redes varejistas do mercado brasileiro, o Magazine Luiza está há 30 anos no segmento de **consórcios** (casas, carros, eletrônicos e linha branca, por exemplo) e quer ficar mais próximo da marca-mãe. A associação, por meio da reestruturação da logotipia, como explica a executiva Luiza Amorim, gerente de marketing do **Consórcio** Magalu, “tem como objetivo nos aproximar ainda mais do ecossistema Magalu e dar mais destaque à marca em vez da palavra **consórcio**, como estava no antigo logo”.

O branding book trouxe cores mais vivas para a marca, que vai poder se aproveitar do ecossistema de 37 milhões de consumidores que transitam pelas lojas físicas e no e-com-merce do Magalu. Luiza fala que **consórcio** normalmente é um produto associado a carros, motocicletas e casa, mas o universo é extenso. As ofertas passam por serviços como cirurgia plástica e até uma poupança para financiar a faculdade e a posterior festa de formatura.

“Temos 100 mil clientes ativos e podemos ampliar nossa presença na organização ao dar maior evidência ao nome Magalu. Ou seja, podemos crescer o negócio. Nossa origem é atrelada aos eletrodomésticos, que foi uma das bases do Magazine Luiza. Mas hoje a empresa mudou muito. O alcance é outro e as vendas vão de pequenos itens a caminhões. O **consórcio** é um dos modelos de negócio. Estamos fortalecendo a marca porque é uma forma de crédito que está disponível no momento desejado. **Consórcio** é um produto coletivo, que ajuda as pessoas na hora de comprar um bem devido ao seu prazo maior de pagamento. Por sorteio ou por lance”, enfatiza Luiza Amorim.



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: PAULO MACEDO

Agência interna do anunciante coordena o design da

Campanha publicitária criada internamente está sendo veiculada nos canais digitais do grupo e também em outros advertising channels da internet. “A nova marca

também está no aplicativo e no site do Magalu. É uma ação exclusiva para o online, sem mídia tradicional. Somos parte de um dos maiores grupos empresariais do país e vamos evidenciar isso nas nossas comunicações visuais. A nova marca traz características mais modernas”, reforça Luiza.

As três décadas do **consórcio**, completadas em dezembro de 2022, revelaram que mais de 360 mil clientes adquiriram carro, casa ou materializaram uma viagem com sua intermediação. “Somar forças com a marca Magalu nos dá benefícios reputacionais e traz segurança aos clientes, que, muitas vezes, desconhecem o produto **consórcio** e desistem de fazê-lo por falta de referências”, pondera Luiza, que reconhece a importância da cultura do Magalu.

“O propósito de realizar sonhos faz parte de todos os processos da companhia, sejam internos ou no atendimento a cada cliente. O reflexo disso pode ser visto na posição da empresa como a melhor administradora de **consórcios** segundo o ranking Reclame Aqui, no selo RA 1000 de atendimento, nos melhores índices de aprovação de crédito e como a única administradora que oferece um contrato 100% digital de imóveis”, ela finaliza.

**Assuntos e Palavras-Chave:** ABAC -  
Consórcio, Consórcios