

Consórcio Magalu lança campanha de rebranding mirando público jovem



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: Juliana Pio

O **Consórcio** Magalu está de cara nova e tem até garota-propaganda. A empresa do Magazine Luiza lançou nesta segunda-feira, 23, uma campanha de marketing para informar o rebranding (reposicionamento) da marca com a influenciadora virtual Lu do Magalu, que falará pela primeira vez sobre finanças.

'A ideia é simplificar a linguagem financeira e atrair um público mais jovem para aquisições de diferentes bens e serviços, via carta de crédito', explica Luiza Amorim, gerente de marketing do **Consórcio** Magalu, que existe há mais 30 anos no mercado. 'Identificamos, por meio de pesquisas, que muitos clientes ainda desconheciam o **Consórcio**', complementa.

O projeto, idealizado em parceria com a agência de publicidade Ogilvy, começou com a divulgação, no início do ano, da nova logomarca da empresa, que passou por modernização para valorizar o termo 'Magalu' e aproximar da marca-mãe. Também houve mudanças visuais nos ícones, na tipografia e nas cores, azul e

laranja, que compõem a identidade visual.

Segundo Amorim, a nova comunicação, que tem o mote 'Realizar sonhos é a nossa realização', busca dialogar e atrair as gerações Z e millennial, por isso será veiculada nas redes sociais da Lu do Magalu e da marca, em Instagram, Facebook e LinkedIn, além de contar com estratégia de inbound marketing.

"O **Consórcio** Magalu também quer se se posicionar como a administradora que descomplica o sistema de crédito", afirma a executiva. Entre as ações do rebranding está a divulgação de um dicionário online para os consumidores, com objetivo de traduzir termos técnicos, aprofundar conhecimentos sobre o sistema de **consórcio** e auxiliar quem deseja adquirir bens, com planejamento financeiro.

"Percebemos que o consumidor olhava para consórcios em geral de forma confusa, sem entender de fato como funciona. Também notamos certo pré-conceito do mercado com relação ao público-alvo. Fomos às ruas para entender, ler pesquisas e vimos que o jovem também tem interesse", afirma Jardel Fonseca, gerente de planejamento estratégico da Ogilvy.

O projeto prevê expansão de clientes, por todo o país, também por meio das mais de 1300 lojas do Magalu. Somente, este ano, a empresa abriu 400 vagas para representantes de vendas atuarem internamente nos pontos físicos da companhia.

Consórcios em alta?

Os créditos concedidos nas contemplações do Sistema de **Consórcios**, acumulados de janeiro a setembro deste ano, registraram alta de 28,9% em relação ao mesmo período de 2022, segundo levantamento da Associação Brasileira de Administradoras de **Consórcios** (ABAC).

Ao todo, foram injetados R\$ 65,63 bilhões nos diversos segmentos de mercado em que a modalidade está

presente. Anteriormente, a soma era de R\$ 50,91 bilhões. Nos mesmos meses, o volume de consorciados alcançou 1,27 milhão, 13,4% a mais que em 2022 (1,12 milhão).

De acordo com **Paulo Roberto Rossi**, presidente executivo da **ABAC**, vários fatores explicam o crescimento do mercado de **consórcios** no país, para além da alta taxa de juros. "O consumidor vem incorporando cada vez mais e melhor os conceitos de educação financeira e o **consórcio** surge como um modelo de compra mais econômico e flexível que, inclusive, atende mais adequadamente o perfil do público jovem que está iniciando no mercado de trabalho."

Assuntos e Palavras-Chave: ABAC - ABAC, Paulo Roberto Rossi, Consórcio, Consórcios