

‘Este año el Gordo te toca con Getlife’: La insurtech regala participaciones de lotería en su última campaña de publicidad

La iniciativa contempla, además, una campaña publicitaria en Metro de Madrid con un provocativo mensaje que pone en valor el seguro de vida como el número ganador

Getlife continúa con su apuesta por las campañas publicitarias impactantes. De cara a las fechas navideñas, la insurtech española ha puesto en marcha una nueva campaña publicitaria con el fin de promover la protección de la vida de las familias y allegados.

La campaña se enmarca en la innovadora estrategia de comunicación puesta en marcha por la insurtech e iniciada en septiembre. Entre las acciones de esta campaña destaca el lanzamiento de la landing page <https://getlife.es/loteria> desde la que Getlife regala a los usuarios una participación de lotería para la celebración del próximo sorteo extraordinario del 22 de diciembre. La iniciativa publicitaria se completa, además, con una acción de Street Marketing por la que Getlife distribuirá 5.000 billetes de lotería simulados en las principales ciudades de España y en otros puntos estratégicos para que los usuarios puedan acceder a la página de promoción de forma directa.

Para esta campaña, la insurtech vuelve a recurrir a mensajes impactantes como "No te va a tocar la lotería, pero podemos asegurar que le toque a tus hijos", con el que la startup anima a los ciudadanos a no dejar la seguridad de su familia en manos de la suerte y apostar por un seguro de vida con una cobertura adaptada a las necesidades de todo tipo de perfiles.

"Porque todos participamos en la lotería de la vida, hemos querido mantener nuestro tono provocador en esta campaña con la que queremos acercar nuestra propuesta de seguros de vida a todas las personas, sin importar la edad", indica Txerra Pardinás, director de Marca y Comunicación de Getlife y responsable del diseño de la acción". "Por ello, en contraposición a la apuesta que supone jugar a la lotería para asegurar el futuro, ofrecemos un seguro de vida como una garantía de protección para las familias", afirma.

Esta nueva campaña de Getlife, que estará activa hasta el próximo 18 de diciembre, contempla el despliegue de publicidad exterior en Metro de Madrid, en concreto en las estaciones de Avenida de América, Núñez de Balboa, Guzmán el Bueno, Nuevos Ministerios y Santiago Bernabéu.

La creatividad de esta campaña, en línea con su lema "Life Wins" ha sido desarrollada por Getlife, mientras que la distribución ha corrido a cargo de Havas Media.

Campañas por la vida

Este conjunto de campañas publicitarias se alinea con la estrategia de Getlife con la que pretende

posicionarse como una de las insurtech más revolucionarias del mercado. La startup continúa con su objetivo de transformar el concepto de los seguros de vida con el fin de hacerlos accesibles a cualquier persona. Con un sistema de contratación 100% online, Getlife es pionera en el uso de análisis predictivos y sofisticadas tecnologías de datos para eliminar las barreras tradicionales que impiden a las personas obtener cobertura y pólizas justas, sin recargos, que no se correspondan con la situación de salud del cliente. El resultado es el seguro de vida a plazo fijo, fácil de entender, más justo y flexible y competitivo del mercado.

Datos de contacto:

Mamen

687280793

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores Seguros](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>