Com “Caminhos da Liberdade”, marca do Grupo HDI lança campanha inédita no mercado segurador e usa entretenimento, influenciadores e mídia multiplataforma para impulsionar alcance. Lançamento conta com teaser exclusivo em parceria com Hugo Gloss

A **Yelum** Seguros, marca do Grupo HDI, lança sua nova campanha nacional com uma proposta inovadora que une entretenimento e comunicação de marca. Com o projeto “Caminhos da Liberdade”, a seguradora se torna a primeira do mercado a apostar em uma campanha seriada em formato vertical, desenvolvida especialmente para o TikTok, com linguagem nativa e foco no consumo mobile.

O aquecimento da campanha começa nesta quinta-feira, **07 de maio**, com o lançamento do **teaser estrelado por Hugo Gloss**, um dos maiores influenciadores digitais do país, reconhecido por seu alto alcance e forte engajamento nas redes sociais. A participação do criador de conteúdo reforça a estratégia de ampliação de visibilidade e conexão com novos públicos.

Pensada como uma novela digital, a campanha é composta por episódios curtos de aproximadamente dois minutos, divulgados de forma seriada. Serão três episódios por semana, ao longo das semanas de 15/05, 22/05 e 29/05, com episódio final previsto para o dia 05 de junho. A narrativa acompanha a trajetória de uma família que enfrenta desafios e imprevistos do dia a dia, enquanto busca reconstruir laços e seguir em frente, sempre com o apoio do seguro como facilitador da vida cotidiana.

A iniciativa reforça o posicionamento da marca ao associar **proteção, segurança e liberdade**, mostrando que o seguro pode estar presente de maneira simples e natural na rotina das pessoas. “Nosso objetivo é mostrar que o seguro não precisa ser distante ou complexo. Ele pode fazer parte da vida real, permitindo que as pessoas vivam com mais autonomia, confiança e liberdade para seguir seus próprios caminhos”, afirma Daniel Mello, diretor de Transformação do Grupo HDI.

Ao retratar situações comuns - como acidentes, problemas na estrada, questões relacionadas ao lar e imprevistos familiares -, a campanha traduz o papel do seguro em diferentes momentos da vida, aproximando o tema do cotidiano do público.

“Com essa nova fase, avançamos no posicionamento da marca Yelum ao explorar formatos inovadores e uma linguagem mais próxima das pessoas. Além do Tiktok, nossa estratégia multiplataforma também contempla presença no YouTube, Meta, além de ativações em aeroportos, portais de grande audiência e mídia out of home em praças estratégicas.”, conclui o executivo. A campanha também aposta em conteúdos nativos, uso de influenciadores, memes e interações digitais para ampliar o alcance e estimular o engajamento.

Fonte: Yelum/FSB, em 12.05.2026.