Ação promocional associada a título de capitalização já soma 12 mil motoristas cadastrados e 400 ganhadores; iniciativa busca ampliar a engajamento e a fidelização

Uma campanha promocional baseada em raspadinhas associadas a um programa de capitalização levou a 88i Seguradora Digital a dobrar as vendas de seguros em um mês. Lançada em setembro de 2026, a iniciativa já contabiliza 30 mil novas vendas em um único mês do Renda Protegida, produto voltado a motoristas e entregadores de aplicativos, e 12 mil profissionais cadastrados na campanha. Desse total, 7 mil contrataram seguros da companhia no último mês.

A estratégia combina incentivo à contratação, premiação instantânea e estímulo à recorrência de viagens. Ao se cadastrar no site da campanha, o motorista recebe gratuitamente uma raspadinha, com a possibilidade de ganhar R$ 50. A cada 15 viagens realizadas, pode receber uma nova raspadinha, ampliando as oportunidades de participação nos sorteios.

Desde o lançamento, 400 participantes já foram premiados. Com duração prevista de seis meses, a campanha também está disponível para segurados novos e antigos, que podem se inscrever nos sorteios diretamente pelo aplicativo, em um processo pensado para ser simples e rápido.

Para a 88i, a iniciativa vai além da promoção de vendas e funciona como uma ferramenta de relacionamento com o público que trabalha por meio de plataformas digitais. Ao associar a possibilidade de ganhar prêmios à atividade profissional dos motoristas e entregadores, a companhia busca incentivar a permanência nas plataformas, aumentar a frequência de viagens e fortalecer o vínculo dos clientes com a seguradora.

“Estamos trabalhando o engajamento e a fidelização da nossa base ao incentivar a permanência dos motoristas nas plataformas e a realização de mais viagens. A campanha mostrou que uma mecânica promocional bem conectada à rotina desse público pode se tornar uma alavanca de negócios, ao aproximar a contratação do seguro da experiência cotidiana do trabalhador”, afirma Rodrigo Ventura, CEO da 88i Seguradora Digital.

A iniciativa integra a estratégia da companhia de distribuir seguros por meio de canais digitais e desenvolver soluções associadas à jornada de consumidores que, muitas vezes, têm pouco contato com o mercado segurador tradicional. Nesse modelo, a campanha de capitalização funciona como um instrumento de aquisição e relacionamento, combinando a conversão de novos clientes com ações para estimular o uso continuado dos serviços.

Fonte: C3, em 04.11.2026