

SAÚDE

“Tente achar outro plano assim”

Com esta frase, a Lincx, operadora de saúde que atua nas classes A e B, lança o desafio na sua campanha publicitária de 2010, enfatizando os pontos mais relevantes percebidos pelos clientes, ao longo dos 16 anos de atuação. Os anúncios trabalham a personalização no atendimento e a rede credenciada de médicos e dentistas, reconhecida em todo o segmento pela excelência. Também pontua a disponibilidade da presidência e diretoria junto aos clientes da Lincx.

“Há mais de dez anos temos a conta da Operadora. Durante esse período provou ser uma empresa diferente e única no mercado. Por essas razões, resolvemos este ano, simples-



mente, assumir essas características da Lincx como plataforma de criação de 2010”, explica Paulo Roberto Whitaker Penteado, sócio e diretor de criação da DClemente & Associados, agência que assina a campanha.

“Desde o início, o nosso objetivo é fazer a gestão da empresa com os olhos dos beneficiários, pensando em tudo o que eles querem de um plano de saúde, desde o atendimento ímpar até a agilidade nos processos”, conclui o presidente da Lincx, Silvio Corrêa da Fonseca (foto), para quem é muito compensador fazer uma campanha baseada no feedback dos clientes.