

CESCE e Indira saltan juntos en la campaña 'Flexibilidad' para Pay Per Cover

Este nuevo concepto creativo asemeja el producto en sí con una cama elástica que permite a las empresas adaptarse a cualquier situación

CESCE, como uno de los principales operadores del seguro de crédito en el panorama actual nacional e internacional, se ha planteado como uno de sus objetivos publicitarios este año reposicionar su producto estrella: CESCE MASTER ORO. Más en concreto, la solución CESCE MASTER ORO Pay Per Cover, única en el mercado, “con la que el usuario puede gestionar el riesgo de impago en su empresa de forma flexible, asegurando solo los clientes que elija y sin necesidad de cubrir toda la cuenta”.

La finalidad de esta campaña planteada por la marca está en el reposicionamiento y generación de una nueva “personalidad” del producto y, principalmente, la captación de nuevos usuarios (leads). El público objetivo al que se dirigen es un sector profesional, medios y altos cargos de empresas españolas o responsables de departamentos financieros o tesorería.

Teniendo en cuenta toda esta información, el equipo creativo de Indira ha dado forma a un concepto basado en poner en valor esa realidad, comunicando que, gracias a esa flexibilidad que ofrece CESCE MASTER ORO Pay Per Cover, las empresas pueden reducir el impacto real de una amenaza y aumentar sus posibilidades de crecimiento. Así nació la campaña ‘Flexibilidad’, que asemeja el producto en sí con una cama elástica que permite a las empresas adaptarse a cualquier situación.

Indira, agencia creativa de CESCE tras ganar la cuenta por concurso publicitario el pasado mes de abril, ha dado forma al concepto creativo de la campaña y ha creado varias piezas para prensa, medios digitales, exterior, corporativas, ferias, etc., y cinco piezas audiovisuales: tres píldoras de 10” cada una, un spot de 30” y otro de 50”. La campaña se ha lanzado el pasado 1 de octubre y actualmente continúa on air.

El equipo de Indira que ha trabajado en la campaña ‘Flexibilidad’ para CESCE está formado por Juanma Gómez, director general y creativo; André Augusto Viana, director creativo; Guillermo Álvarez, director de Arte; Mario García, redactor publicitario; Gemma Alonso, directora de Servicios al Cliente; Carmen Casado, supervisora de Cuentas; e Irene Castaño, ejecutiva de Cuentas.

Sobre Indira

Indira Madrid (www.indiramadrid.com) es una agencia creativa independiente, nacida en 2013 con una nueva forma de entender el proceso creativo y que, desde su creación, ha desarrollado campañas para clientes como Ballantine’s, Banco Santander, Acciona, Grupo Casino Gran Madrid, Asisa Dental, Grupo Klépierre, Iberia Cards, Basic-Fit, Reticare, Universidad Europea de Madrid (UEM), Euroforum, People Matters o QDQ media, entre otras.

Datos de contacto:

Arantxa Naranjo

Responsable de Social Media y Comunicación

608 509 023

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

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Seguros](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>