



# WAYZOR NOVA MARCA DO GRUPO BENSAUDE PARA O RENT-A-CAR

A rent-a-car do Grupo Bensaude mudou. Ao rebranding da marca, que passou de “Varela” para “Wayzor”, junta-se um novo posicionamento no mercado, com a empresa a reflectir agora um carácter mais jovial e dinâmico.

Quem, desde o início de Maio, procurar, no site institucional do Grupo Bensaude, no Google ou em qualquer plataforma de turismo dos Açores, pela rent-a-car Varela, vai ser direccionado para uma nova página e uma nova marca, a Wayzor Rent a Car.

“Wayzor” é, assim, desde o primeiro dia do mês de Maio, o novo nome da empresa de rent-a-car do Grupo Bensaude. Ao rebranding, associa-se um novo posicionamento no mercado, muito mais focado nos tempos modernos, na jovialidade e descontração dos novos clientes que demandam os Açores, mas também na simplicidade, porque de fácil e simples acesso é o novo site, em wayzor.pt, como fácil e simples é o processo de reserva num site que é, assumidamente, user friendly.

Nascida do legado da Varela rent a car, marca bem conhecida nos Açores e dos açorianos, e no seio do Grupo Bensaude, a Wayzor traz consigo uma nova assinatura, “Açores Your Way”, porque o que se pretende é que cada turista, cada cliente da rent-a-car trilhe os caminhos dos Açores e o faça “à sua maneira”.

## BALCÕES - ILHA DE SÃO MIGUEL

- AEROPORTO DE PONTA DELGADA
- SEDE - EDIFÍCIO VARELA EM PONTA DELGADA
- GRAND HOTEL AÇORES ATLÂNTICO
- HOTEL MARINA ATLÂNTICO
- SÃO MIGUEL PARK HOTEL
- NEAT HOTEL AVENIDA
- TERRA NOSTRA GARDEN HOTEL (FURNAS)

A opção pelo nome e a assinatura em inglês tem uma razão simples: o aumento exponencial dos turistas estrangeiros que nos últimos anos visitaram a região.

Acerca deste rebranding e da nova filosofia da empresa de aluguer de automóveis do Grupo, a Direcção

de Comunicação e Marketing explicou à Turisver que a nova marca surge pela evolução da empresa que a antecedeu e pela necessidade de responder ao crescimento da procura internacional. “Registamos uma evolução muito simpática e precisávamos de uma marca forte que nos permitisse comunicar mais facilmente isso mesmo e a um público cada vez mais internacional, por força do aumento da notoriedade que o Destino Açores apresenta, fruto do excelente trabalho das entidades competentes em matéria de desenvolvimento turístico e promocional da região”, lê-se na resposta que nos foi enviada.

O que a Direcção de Comunicação do Grupo também sublinha é que a Wayzor pretende ser reconhecida “como uma rent-a-car confiável e descomplicada, com uma equipa que não descarta qualquer pormenor como, por exemplo, a efectiva segurança dos filhos dos nossos clientes”. Para além disso, vai também estar muito focada em “prestar um grande serviço a todos os operadores turísticos e a todo o tipo de agências de viagens que quei-

ram oferecer aos seus clientes uma grande experiência nas estradas dos Açores”.

A empresa vai também ter uma atenção particular com a sua frota que integra viaturas eléctricas e outras com emissões reduzidas de CO2 – preocupações ambientais que têm muito a ver também com o tipo de turismo que a região desde sempre defendeu.

Conforme nos foi adiantado, na empresa tem vindo a ser introduzido “um conjunto de alterações ao nível da sua estrutura, que nos permite introduzir viaturas interessantes, apetecíveis e muito ligadas à imagem que os Açores gozam nos respectivos mercados emissores”. Para além das claras preocupações ambientais, a empresa está também a introduzir no mercado duas novas categorias de viaturas, a Adventurer e a Grand Adventurer, “que irão permitir uma abordagem à natureza dos Açores em grande estilo”, sublinha a Direcção de Comunicação em resposta à Turisver. A introdução de novas viaturas prende-se igualmente com a necessidade de expansão da frota que em 2017 cresceu 20% e “durante 2018 irá crescer mais 33%”.

Actualmente com sete balcões na ilha de São Miguel, seis em Ponta Delgada e um nas Furnas, a rent-a-car do Grupo Bensaude nasceu no ano 2000, na altura com uma frota de 30 viaturas de gama média/alta e oferecendo um serviço baseado na qualidade e na atenção ao cliente. Inicialmente focada em “segmentos com maior poder de compra” o que lhe permitiu ser reconhecida no mercado pelo serviço prestado, a empresa apostou no desenvolvimento de parcerias que lhe permitiram “cobrir quase todas as ilhas”. <

TEXTO | FERNANDA RAMOS