11 kwietnia ruszyła najnowsza kampania Prudential. Ubezpieczyciel rozwija swoją sieć sprzedaży w całym kraju i poszukuje przedstawicieli do współpracy. Kampanii towarzyszy uruchomienie nowego serwisu internetowego www.kariera-prudential.pl dla osób rozważających karierę w ubezpieczeniach oraz cykl bezpłatnych Seminariów Kariery w wybranych miastach Polski.

Firma zwraca uwagę na jasne i uczciwe zasady współpracy ze swoimi przedstawicielami i zachęca do podjęcia nowego wyzwania zawodowego.

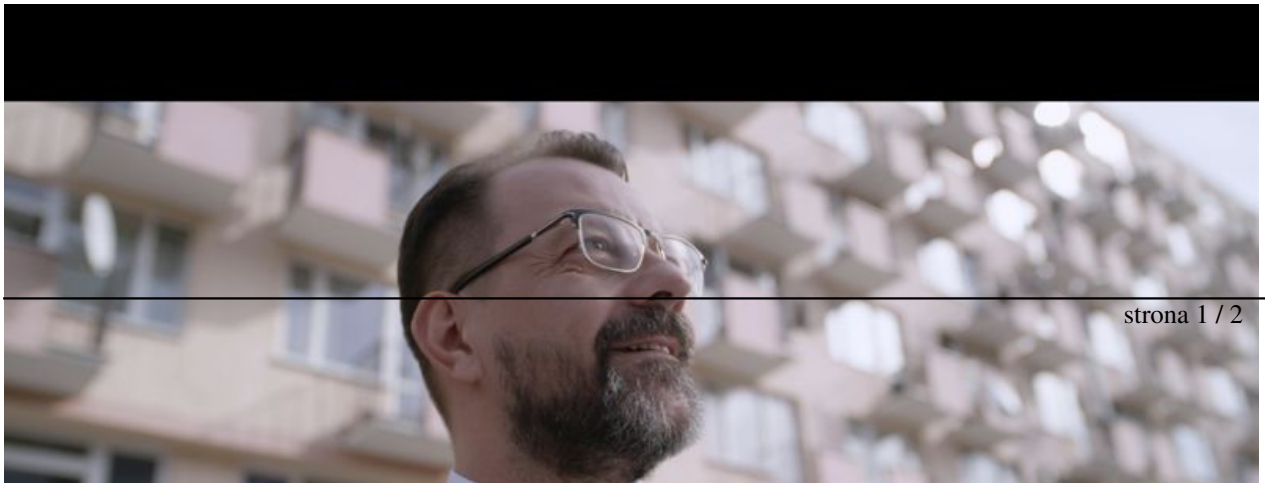
Po historiach przedwojennych polis i wypłatach na rzecz spadkobierców przedwojennych klientów Prudential rozwija swoją narrację i w najnowszych spotach reklamowych zachęca do pozytywnego spojrzenia na pracę przedstawiciela ubezpieczeniowego. Jak przyznają w Prudential, głównym celem kampanii jest zaproszenie do współpracy osób poszukujących nowych wyzwań zawodowych. Przy okazji, spoty w prosty sposób komunikują jasne i uczciwe zasady współpracy ubezpieczyciela z jego przedstawicielami. To dlatego otwarcie opowiadają o blaskach i cieniach pracy w sektorze ubezpieczeń, zgodnie z najważniejszymi wartościami marki Prudential: uczciwością i dotrzymywaniem słowa.

„Nasza nowa kampania pokazuje, że o zawodzie przedstawiciela ubezpieczeniowego można mówić w ciekawy i motywujący sposób. W trakcie kolejnych tygodni będziemy odczarowywać negatywne stereotypy, które przylgnęły do tego zawodu. Przy okazji, budujemy wizerunek Prudential, dla którego dotrzymywanie słowa to kluczowa wartość, dzięki której jest godnym partnerem dla swoich pracowników i współpracowników. Cieszą nas zatem pierwsze pozytywne komentarze ze strony specjalistów od employer brandingu,." – mówi Tomasz Borchowiec, dyrektor marketingu i komunikacji korporacyjnej w Prudential. Jak przyznaje marketer, kampania ma zachęcić odbiorców do refleksji nad swoją obecną sytuacją zawodową i zmotywować do podjęcia nowych wyzwań.

Za całość kampanii odpowiedzialna jest agencja BBDO Warszawa, spoty zostały wyreżyserowane przez Konqubinat, wspólne przedsięwzięcie Karoliny Lewickiej i Tomka Kapuścińskiego, a za produkcję odpowiadała Papaya Films. Tytuł spotów to "Kampania Rekrutacyjna", autorami scenariusza są Mateusz Wójcik, Kamil Kucharczyk oraz Kamil Redestowicz. W spotach wykorzystano utwór Davida GerardaLawrence'a „Childhood home". Za planowanie i zakup mediów oraz działania w Internecie odpowiada dom mediowy Starcom. Kampania potrwa do wakacji i oprócz spotów telewizyjnych oraz Internetu obejmie prasę, nośniki zewnętrzne i środki komunikacji miejskiej.

Z myślą o osobach rozważających zdobycie doświadczenia zawodowego jako przedstawiciel ubezpieczeniowy, firma utworzyła specjalny serwis internetowy: www.kariera-prudential.pl .

Spoty telewizyjne można również obejrzeć na kanale Prudential w serwisie YouTube: www.historieprudential.pl .



Link do spotu: http://bit.ly/1CNWDMy

Prudential