



W poniedziałek, 20 czerwca br. ruszyła nowa kampania reklamowa Sygma Banku. Przedstawia ona i promuje nowy program rabatowy dla posiadaczy kart kredytowych wystawionych przez Sygma Bank. Kampania potrwa do 10 lipca, oprócz emisji spotu reklamowego wspierającego program rabatowy Sygma Bonus pojawią się również spoty radiowe oraz reklama w prasie.

Sygma Bank, zarządzający portfelem ponad 1,5 mln kart kredytowych uruchomił dla swoich klientów nowy program rabatowy – Sygma Bonus. Program opiera się na możliwości skorzystania z atrakcyjnych rabatów (niektóre w wysokości do 40%) dla użytkowników wszystkich kart kredytowych wydanych przez Sygma Bank. Klienci mogą korzystać z rabatów u partnerów Sygma Bonus, a w chwili obecnej znajdują się wśród nich: 5aSec, AB Foto, Almaturo, Axa Direct, Cefarm Białystok, Delta Sport, Electroworld, Highland, Lacoste, Leśne Runo, Masterwash, MixElectronics, Pizza Dominium, Tagomago, Yasumi. Docelowo Sygma Bonus ma gromadzić pod swoją nazwą kilkudziesięciu partnerów udzielających rabatów użytkownikom kart kredytowych wystawionych przez Sygma Bank. Przykładowa zniżka dla klientów biura podróży Almaturo przy zakupie wycieczki i płatnością kartą kredytową Sygma Banku to 5%, zaś przy płatności kartą kredytową w sieci pralni 5aSec klient otrzyma 10% zniżki.

Wszystkie informacje na temat Sygma Bonus i korzyści u poszczególnych partnerów będą dostępne na stronie internetowej stworzonej specjalnie na potrzeby programu – www.sygmabonus.pl.

Program Sygma Bonus będzie również animowany poprzez okresowe promocje, konkursy i loterie.

Anna Nowacka-Morgan, Zarządzająca Obszarem Produktów – Kart w Sygma Banku, następująco przedstawia ideę uruchomienia Sygma Bonus: „O docenieniu naszych klientów używających w wielu miejscach kart kredytowych Sygma Banku myśleliśmy już od kilku miesięcy, praktycznie od momentu, w którym wprowadziliśmy nową identyfikację wizualną naszego banku. Dzisiaj program jest gotowy, nasi partnerzy wiedzą, co oferujemy naszym wspólnym klientom. Kolejnym krokiem będzie oczywiście zaproszenie do współpracy jeszcze większej liczby partnerów. Uruchomienie Sygma Bonus stanowi realizację naszej strategii – oferowania coraz większej ilości korzyści wynikających z użytkowania kart kredytowych. Praca nad programem była o tyle łatwa, że korzystaliśmy z doświadczeń naszego właściciela – Grupy LaSer – jednego z liderów programów lojalnościowych w Europie.”

Wprowadzenie Sygma Bonus będzie wsparte najnowszą kampanią reklamową Sygma Banku. Głównym celem komunikacyjnym tej kampanii jest wspieranie budowy świadomości marki poprzez zwiększenie jej rozpoznawalności oraz stworzenie mocnych, pozytywnych skojarzeń z marką, a także prezentacja nowego programu rabatowego i możliwych korzyści płynących z płatności kartami kredytowymi wystawionymi przez Sygma Bank. Sygma Bank ponownie podkreśla swoją strategiczną dewizę marki - „**Sygma pomaga w zakupach**”. Podobnie jak w przypadku poprzednich kampanii Sygma Banku, głównym bohaterem komunikacji pozostaje awatar marki – robot Sygma. Awatar stanowi uwierzytelnienie i wizualizację koncepcji strategicznej marki: koncentracji na świecie ludzkich potrzeb i praktycznej pomocy w finansowaniu zakupów. Fabuła spotu wykorzystuje system identyfikacji wizualnej marki do czytelnej ekspozycji benefitów programu Sygma Bonus: możliwości skorzystania z atrakcyjnych zniżek na zakupy w wielu sieciach handlowych oraz dodatkowych korzyści, dostępnych tylko dla uczestników programu (np. darmowego transportu zakupów). Spot radiowy w warstwie dźwiękowej jest wierną adaptacją spotu TV dokonaną na potrzeby radia. Konsekwentne użycie damskiego głosu w spocie radiowym stanowi wspólnie ze skomponowanymi na wyłączność marki Sygma efektami dźwiękowymi robota ciekawy przykład relatywnie rzadko wykorzystywanego na polskim rynku audio branding, czyli budowania systemu identyfikacji dźwiękowej marki. Z kolei w reklamach prasowych utrzymanych w konwencji komiksu w humorystyczny sposób wykorzystano awatara – Sygmę.

„Obserwowany wzrost świadomości marki Sygma Banku wśród konsumentów wskazuje nam, że konstrukcja przekazu reklamowego zbieżnego z główną linią – wykorzystaniem nowego logo, awatara Sygmy oraz hasła „Pomaga w zakupach” okazało się bardzo dobrym wyborem. Planując zatem wsparcie dla nowoutworzonego programu Sygma Bonus chcieliśmy zachować powtarzalne motywy w naszej komunikacji marketingowej. I tak zapewne będziemy komunikować się z rynkiem również w najbliższej przyszłości.” – powiedziała Marta Kamińska, Zarządzająca Marką i Badaniami Rynku w Sygma Banku.

Podstawowe informacje o nowej kampanii reklamowej Sygma Banku:

- Tytuł kampanii: „Sygma Bonus”
- Klient: Sygma Bank
- Przedstawiciele Klienta: Jean Remy Martinez – Dyrektor Marketingu , Marta Kamińska – Zarządzająca Obszarem Marki i Badaniem Rynku
- Agencja kreatywna: BNA
- Team kreatywny: Maja Malinowska – Brand Consultant, Marcin Zaborski – Senior Art Director
- Dom produkcyjny: Tandem Taren-to
- Studio postprodukcyjne: BOX
- Kompozytor: Olaf Deriglasoff
- Dom mediowy: Easymedia
- Media: TV – kanały ogólnie tematyczne i tematyczne – łącznie 500 spotów, radio – kanały ogólnopolskie, łącznie 100 spotów, reklama prasowa – tygodniki z programem telewizyjnym i lifestylowe o zasięgu ogólnopolskim, łącznie kilkanaście publikacji.

newss.pl

Nowy program rabatowy Sygma Banku

Dodatkowe informacje na stronach: www.sygma.bank.pl oraz www.sygma.bonus.pl

[**Sygma Bank** > więcej informacji \(PRESS BOX\)](#)