



Prudential organizuje akcję związaną z nieco zapomnianą już dzisiaj instytucją dawania słowa, czyli złożonej zazwyczaj publicznie obietnicy. W ostatniej kampanii informacyjno-reklamowej ubezpieczyciel komunikował dotrzymanie obietnic udzielonych polskim klientom przed II wojną światową i fakt wypłacania świadczeń z przedwojennych polis po wielu latach. Teraz chce zaangażować szersze grono osób w przywrócenie wartości dotrzymywanych obietnic.

W ubiegły piątek ruszyła akcja społeczna „**DAJĘ SŁOWO**”. Jej organizatorem jest Prudential w Polsce. Akcja opiera się na stronie internetowej o adresie [www.dajeslowo.pl](http://www.dajeslowo.pl), gdzie każdy może złożyć dowolną obietnicę jednej, wybranej osobie, która zostaje poinformowana o tym drogą mailową lub przez wiadomość na Facebooku, albo wielu osobom. Każdy odwiedzający stronę może zatem obiecać spełnienie czegoś ważnego, od spędzania większej ilości czasu z rodziną, przez rzucenie palenia, po przeczytanie kilkunastu książek w roku. Akcja opiera się na założeniu, że każde dane słowo się liczy, jeśli tylko jest realne i osobiście ważne dla uczestnika akcji. Działania akcji na Facebooku prowadzone są na stronie firmy Prudential na tym portalu, nazwanej „Czas na przyszłość”.

Słowo złożone jednej osobie może zostać potwierdzone wyłącznie przez nią, co stanowi zaproszenie do składania obietnic rodzicom przez dzieci, małżonkom sobie nawzajem, czy znajomym.

Tomasz Borchowiec, dyrektor marketingu i komunikacji korporacyjnej w Prudential w Polsce, tak komentuje pomysł na zorganizowanie akcji: ”Dla nas, jako ubezpieczyciela, czyli instytucji zaufania publicznego, złożone słowo ma ogromną wartość. Jego dotrzymanie buduje silną więź z klientami i wizerunek rzetelnej firmy. Pomyśleliśmy, że dawanie słowa może mieć szerszy wymiar, społeczny. W ramach akcji możemy złożyć publiczną obietnicę i pozwolić na weryfikację jej dotrzymania przez innych użytkowników, nawet przez najbliższych. Z kolei udział znanych postaci życia publicznego stanowi swego rodzaju zachętę do składania obietnic. Zwłaszcza, że oni również na co dzień składają i dotrzymują obietnic związanych ze swoją działalnością.”

Udział w akcji możliwy jest dla wszystkich Internautów. Prudential zapowiada wsparcie „[DAJĘ SŁOWO](#)” przez znanych artystów, dziennikarzy i innych uczestników życia publicznego. Do udziału wybrano 7 takich osób, zaś ich obietnice zostaną sfilmowane i zaprezentowane w postaci 7 krótkich filmów. Każdy z nich będzie kolejno komunikowany w serwisie społecznościowym Facebook, na profilu Prudential „Czas na przyszłość”.

Więcej na [www.dajeslowo.pl](http://www.dajeslowo.pl) oraz na <https://www.facebook.com/CzasNaPrzyszlosc>

Dodatkowych informacji udziela:

Damian Ziąber, tel. 502 591 655, e-mail [damian.ziaber@prudential.pl](mailto:damian.ziaber@prudential.pl)

---

*Prudential prowadzi działalność w Polsce od marca 2013 r.; jest częścią założonej w 1848 r. brytyjskiej grupy ubezpieczeniowej. Towarzystwo ubezpieczeniowe oferuje rozwiązania, które zapewniają ochronę ubezpieczeniową połączoną z możliwością oszczędzania na dowolny cel. Flagowym produktem Prudential jest unikalne na polskim rynku ubezpieczenie na życie „Premiopolisa”, pozwalające na zaplanowanie przyszłości finansowej i pomnażanie oszczędności przy jednoczesnym zabezpieczeniu klientów w razie np. poważnej choroby. Prudential konsekwentnie rozwija swoją ofertę produktową, wprowadzając do niej szereg umów dodatkowych, zabezpieczających klientów finansowo na wypadek poważnego zachorowania albo poważnego uszczerbku a zdrowie.*

*Prudential współpracuje obecnie z siecią prawie 600 konsultantów ds. planowania finansowego i planuje, że do 2015 roku będzie ich około tysiąca, a docelowo – ok. 3 tys. Konsultanci działają w 13 oddziałach w największych miastach w Polsce, docelowo Prudential chce otworzyć 25-30 swoich oddziałów. Prudential zadeklarował inwestycje w wysokości 150 mln zł w ciągu pierwszych trzech lat od chwili powrotu na polski rynek. Środki zostaną przeznaczone na rozwój sieci współpracowników i infrastruktury oraz zainwestowane w markę ubezpieczyciela. Firma w ramach przypomnienia o swojej przedwojennej obecności wsparła produkcję filmu „Warszawa 1935”, ukazującego piękno przedwojennej Warszawy. W marcu 2014r. Prudential zaprezentował historie spadkobierców posiadaczy przedwojennych polis, wystawionych przez firmę za czasów II Rzeczypospolitej; firma do dzisiaj poszukuje spadkobierców polis wystawionych w Polsce przed II wojną światową. Motto Prudential to: „Od 165 lat staramy się robić więcej niż inni, bo dla kogoś może to znaczyć wszystko.”*

[www.historieprudential.pl](http://www.historieprudential.pl)

<https://plus.google.com/u/0/+PrudentialPL165/posts>

<https://www.facebook.com/CzasNaPrzyszlosc?ref=ts&fref=ts>

[www.dajeslowo.pl](http://www.dajeslowo.pl)

**Prudential**