

Od czerwca w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych emitowany jest najnowszy spot Nest Banku „Superfotelik”. Reklama wspiera szeroko zakrojoną kampanię edukacyjną „Superfotelik – Chroni na bank”, której towarzyszy launch bezpłatnego kredytu na foteliki samochodowe. Czteromiesięczna kampania to kolejna odsłona działań wizerunkowych jednej z najbardziej docenianych marek bankowych na naszym rynku.

– Dynamiczny wzrost wartości naszego brandu to nie przypadek – komentuje Maciek Pichlak, Dyrektor Marketingu Nest Banku.

Nest Bank, który mocnym uderzeniem zaistniał w ubiegłym roku na polskim rynku bankowym, zyskuje coraz większe uznanie w branży. Wszedł na terytorium do tej pory szeroko omijane przez inne banki i umieścił swoją markę w świecie tradycyjnych wartości, adresując ofertę do klientów z mniejszych miejscowości. Odważnemu pozycjonowaniu towarzyszy spójna platforma komunikacyjna, precyzyjnie przekładana na wszystkie obszary działalności banku.

Na efekty nie trzeba było długo czekać. W czerwcowym zestawieniu Forbesa brand od razu znalazł się w Top 5 polskich marek finansowych, a projekt rebrandingu Nest Banku został nagrodzony złotą statuetką Transform Awards Europe 2017 - jednego z najważniejszych konkursów kreatywnych na świecie. Kampania „Superfotelik – Chroni na bank” to kolejna odsłona spójnych i konsekwentnie realizowanych działań wizerunkowych marki stworzonej przez zespół Maćka Pichlaka.



*- Zaistnienie na nasyconym rynku bankowym było niełatwym wyzwaniem. Dynamiczny wzrost wartości naszej marki to efekt przełamania marketingowych schematów, pokutujących na polskim rynku finansowym i ciężkiej pracy zespołu świetnych ludzi – mówi **Maciek Pichlak**, Dyrektor Marketingu Nest Banku, twórca marki, marketer z wieloletnim doświadczeniem na rynku FMCG. – Weszliśmy na rynek z zupełnie nową jakością marketingu usług finansowych. Stworzyliśmy niepowtarzalny świat marki, która rządzi produktem, a nie na odwrót. Konsekwentnie egzekwujemy to w każdym spocie, w każdej ulotce, w każdym detalu wystroju naszych placówek – mówi Pichlak.*

Doskonałym przykładem konsekwencji Pichlaka jest najnowsza kampania wizerunkowa „Superfotelik – Chroni na bank”. Emitowany od 13 czerwca spot „Superfotelik” to precyzyjnie oddany świat wartości i emocji Nest Banku, który poprzez ofertę pierwszego na rynku bezpłatnego kredytu na fotelik samochodowy, zwraca uwagę na bezpieczeństwo jako jedną z najważniejszych potrzeb każdej rodziny. Reklamie telewizyjnej towarzyszy intensywna kampania edukacyjna skupiona wokół strony Superfotelik.pl. Rodzice znajdą tu materiały poradnikowe przygotowane wraz z Pawłem Kurpiewskim, biomechanikiem zderzeń: filmy instruktażowe pokazujące 5 zasad doboru najlepszego fotelika dla dziecka, szkolenia online czy wirusowy film „Wyrzucamy foteliki”. Ambasadorami kampanii zostali rozpoznawalni rodzice - Kasia Cichopek i Marcin Hakiel - którzy wzięli udział w teaserowej produkcji „Cichopek rekrutuje ochroniarza dla swojego dziecka”.

Całość kampanii zainaugurowała konferencja prasowa prowadzona przez Tomasza Kammela, podczas której eksperci i ambasadorzy akcji, wraz z przedstawicielem Policji i Polskiego Instytutu Motoryzacji, debatowali na temat wyników badania zrealizowanego na potrzeby kampanii. Goście konferencji mogli przeprowadzić na miejscu inspekcję fotelików w swoich samochodach.

Kampania potrwa do końca sierpnia. Widoczna jest w telewizji (m.in. TVP, Polsacie, TVN i stacjach tematycznych) i internecie. Strategią oraz kreacją reklamową przedsięwzięcia zajęła się agencja Unlimited. Za reklamę promującą akcję odpowiedzialny jest Propeller Film, a landing page i materiały digitalowe (grafiki i bannery) przygotowała agencja Imagine. Planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy MEC, wsparcie PR zapewnia zespół Made in PR.

Nest Bank to marka stworzona z myślą o całej rodzinie. Oferuje bezpieczne, stabilne i przejrzyste produkty finansowe – konta, zarówno dla klientów detalicznych, jak i mikroprzedsiębiorstw.

Zgodnie z filozofią banku bliskiego ludziom, Nest Bank zapewnia całodobowy dostęp do usług poprzez wygodną bankowość mobilną oraz internetową. Nie rezygnując jednak z bezpośredniego kontaktu z Klientami, bank sukcesywnie rozbudowuje w całej Polsce sieć kameralnych, sprzyjających rozmowie placówek. Więcej informacji: www.nestbank.pl

Nest Bank