

Dziś ruszyła nowa kampania mBanku. Premierowy spot telewizyjny promuje wielofunkcyjny i nowoczesny rachunek bankowy, jakim jest bezpłatne eKONTO.

Jesienna kampania wizerunkowo - sprzedażowa mBanku utrzymana jest w formacie nawiązującym do poprzednich odsłon reklamowych, a także kontynuuje odważny i niestandardowy styl komunikacji, jaki od blisko 10. lat cechuje pierwszy internetowy bank w Polsce.

Kampanię otwiera kreacja przedstawiająca bezpłatne eKONTO - innowacyjną platformę produktową, pozwalającą użytkownikowi na pełne, samodzielne oraz zdalne zarządzanie własnymi finansami. Rachunek przedstawiony jest jako centrum finansowe, za pośrednictwem którego Klient może zrealizować nie tylko najprostsze operacje bankowe, ale także wziąć kredyt on-line czy kupić jednostki funduszy lub ubezpieczenie.

W spocie pojawia się charakterystyczna postać wąsatego wuja, który symbolizuje nie przystające do wymagań Klientów rachunki bankowe, wykorzystywane głównie do dokonywania przelewów, oferujące skromny zakres funkcjonalności. To właśnie postać wąsatego wuja i określenie „po wuju” są elementami przewodnimi najnowszej kampanii banku.

Celem najnowszej kampanii jest przedstawienie licznych funkcjonalności naszego rachunku oraz utrwalenie wizerunku mBanku jako instytucji finansowej dynamicznie reagującej na zmieniające się potrzeby Klientów - mówi Rafał Borkowski, Dyrektor Marketingu mBanku.

W kampanii stawiamy na akwizycję Klientów, których nie skusi przejściowa promocja, ale zdecydują się z nami związać ze względu na możliwości, jakie daje konto w mBanku. Z punktu widzenia banku najważniejsze jest, iż Klienci doceniający wielofunkcyjność rachunku wykazują się większą aktywnością w korzystaniu z produktów bankowych, a także większą lojalnością- dodaje Paweł Kucharski, Dyrektor mBanku.

Kampania startuje 20 września br. W pierwszej kolejności kampania obejmie swoim zasięgiem telewizję (TVN, TVP, Polsat i najpopularniejsze stacje tematyczne) oraz internet. W następnych tygodniach pojawią się działania ambientowe na wybranych basenach, w klubach fitness, pubach i galeriach handlowych.

Od 1 października kampania będzie również widoczna na billboardach i citylightach w największych miastach Polski, a spot reklamowy będzie emitowany w kinach dwóch największych sieci: Cinema City i Multikino. Kampania promująca eKONTO potrwa 6 tygodni i zakończy się w październiku.

Najnowszy spot mBanku wyreżyserował Tomasz Konecki, twórca znany z przebojów kinowych tj. „Testosteron” czy „Lejdis”. Reżyser współpracował już z mBankiem przy tworzeniu poprzedniej kampanii, realizując tryptyk reklamowy „Strzykanie”, „Sejf” oraz „Drwale”. Kreację przygotowała agencja Ambasada Brand Communication, a media zaplanował Dom Mediowy MPG.

mBank