

PKO Bank Polski przygotował nowy wariant kredytu hipotecznego – „Własny Kąt”, skierowany do osób planujących zakup lub wykończenie mieszkania. Bank powierzył agencji komunikacji zintegrowanej Hypermedia (Isobar Polska), realizację oraz opracowanie strategii do kampanii internetowej.

„Jesteśmy u siebie!” - pod takim hasłem przebiega kampania promująca kredyt „Własny Kąt”.

Działania reklamowe skierowane są do osób w wieku około 30 lat, czynnych zawodowo, zamieszkujących duże miasta. Jednak odbiorcą kredytu „Własny Kąt” może być każda osoba o stałych dochodach. PKO Bank Polski zdecydował się na przeprowadzenie kampanii internetowej mając na uwadze podstawową grupę odbiorców pożyczki hipotecznej „Własny Kąt”. Są to osoby, które codziennie korzystają z internetu i tam właśnie szukają ważnych dla siebie informacji.

Do zadań agencji należało przygotowanie kreacji opierającej się o główne zalety przekazu reklamowego, w tym celu zastosowano animację flash, w prosty sposób przedstawiającą najważniejsze elementy komunikatu. Kampania informuje w jasny i przejrzysty sposób o korzystnych warunkach kredytu hipotecznego, które dają możliwość kredytobiorcy sfinansowania do 100 proc. wartości nieruchomości przy pożyczce zaciąganej w polskich złotych lub w euro. Bank proponuje także długi okres kredytowania (nawet do 40 lat) oraz ubezpieczenie na wypadek utraty pracy. Udogodnienia te oraz niskie marże pożyczki „Własny Kąt” zostały docenione w rankingu kredytów hipotecznych opracowanym przez Open Finance, gdzie „Własny Kąt – Hipoteczny” zajął pierwsze miejsce.

Kampania kredytu hipotecznego „Własny Kąt” wspierana jest działaniami reklamowymi w internecie, które potrwają do końca listopada. Hypermedia jako autor strategii i conceptów kreatywnych kampanii internetowej pożyczki PKO BP, odpowiedzialna była również planowanie i zakup mediów (m.in. Interia.pl, Onet.pl i Wp.pl).

Hypermedia