

Raiffeisen Polbank reklamuje tanią i szybką Pierwszą Pożyczkę

- **Start telewizyjnej kampanii reklamowej: 2 października br.;**
- **Kampania zintegrowana: trzy spoty telewizyjne 15", spot radiowy, prasa, odsłona internetowa, komunikacja miejska;**
- **Reklama podkreśla główne zalety produktu: oprocentowanie 0%, prowizja jedynie 2,99% i RSSO 2,88% przy pożyczce do 4 000 zł rozłożonej na maksymalnie 2 lata; łatwy i szybki proces wzięcia pożyczki w Raiffeisen Polbank.**

2 października wystartowała nowa kampania reklamowa Raiffeisen Polbanku. Bank zachęca w niej do skorzystania z atrakcyjnej oferty kredytu gotówkowego Pierwsza Pożyczka 2,99, który nie jest oprocentowany, a jedynym kosztem dla klienta jest prowizja w wysokości 2,99%. Kampania skierowana jest do osób, które na co dzień nie potrzebują kredytów, jednak w przypadku niespodziewanych wydatków wolą skorzystać z szybkiej pożyczki i w krótkim czasie ją spłacić, niż np. naruszyć oszczędności na lokacie. Celem działań mediowych jest promocja produktu i zachęcenie do skorzystania z niezwykle konkurencyjnej oferty na rynku kredytów gotówkowych.



Kampania skupia się na rzeczywistych potrzebach osób biorących szybki kredyt i w zwięzły sposób pokazuje walory produktu. Reklamy kreatywnie łączą świat animowanego bohatera Danego Kesza, zabawnej postaci będącej personifikacją kredytu gotówkowego, z realnymi ludźmi, mającymi rzeczywiste problemy. W końcu komu nie zdarzyło się pilnie potrzebować dodatkowej gotówki w związku z drobnymi „katastrofami” domowymi, realizacją marzeń czy inwestycją w dzieci?

Bohaterami spotów są ludzie, których znamy: nasze rodziny, przyjaciele, sąsiedzi. Są sympatyczni, optymistycznie nastawieni do życia, lubią, gdy ich potrzeby są szybko zaspakajane. Spoty opowiadają krótkie historie z życia wzięte: kot podarł obicie kanapy, stary rower nie nadaje się już do niczego, córka potrzebuje aparatu na zęby. Rozwiązaniem okazuje się Pierwsza Pożyczka 2,99. Jasne ujęcia podkreślają lekkość pożyczki – brak oprocentowania i jedną, stosunkowo niewysoką opłatę – oraz szybkość jej działania i krótki czas spłaty. Animowana postać Danego Kesza w bolidzie Formuły 1. budzi sympatię, a głos Pawła Orleańskiego, znany już z poprzednich kampanii banku – podkreśla wiarygodność.



„Pracując nad kampanią reklamową kredytu gotówkowego, chcieliśmy odejść od sztafpowego promowania tego typu produktów. Zależało nam na wyeksponowaniu elementów związanych z ludzkimi emocjami, jak radość z uśmiechu dziecka czy frajda z jazdy na nowym rowerze. Z kolei na płaszczyźnie kreatywnej szukaliśmy sposobu na połączenie świata realnego ze światem animowanego Danego Kesza, który symbolizuje kredyt gotówkowy. W efekcie kampania jest miła dla oka, lekka i humorystyczna, a Dany Kesz jest w niej pokazany jako bohater pomagający zaspokajać ludzkie potrzeby. Zakładamy, że dzięki reklamie skłonimy osoby poszukujące zastrzyku gotówki do odwiedzenia naszych placówek i skorzystania z bardzo konkurencyjnej oferty kredytowej” – mówi Małgorzata Wasiuk, Dyrektor ds. Marketingu w Raiffeisen Polbanku.



Kampania potrwa 10 tygodni i obejmie szeroki mikś mediów ogólnopolskich oraz lokalnych. Trzy różne 15-sekundowe spoty reklamowe będą emitowane w ogólnopolskich

stacjach telewizyjnych (TVP1, TVP2, Polsat, TVN) oraz w stacjach tematycznych. Działania reklamowe prowadzone będą także w ogólnopolskich i lokalnych stacjach radiowych (m.in. Radio Zet, RMF FM, Trójka) oraz ogólnopolskiej i lokalnej prasie (m.in. Gazeta Wyborcza, Fakt). Bank będzie również prowadził działania reklamowe w Internecie (m.in. wyszukiwarki, Facebook), a także reklamował się na ekranach bankomatów Euronet i w środkach komunikacji miejskiej.

Koncept kreatywny na kampanię oraz kreacje ATL, BTL i digital stworzył warszawski oddział agencji reklamowej GPD. Reżyserem spotów jest Marcin Starzecki. Za produkcję odpowiadał dom produkcyjny Truskavka, a za planowanie i zakup mediów – dom mediowy Starcom. Po stronie Raiffeisen Polbanku nad konceptem, kreacją ATL i BTL oraz zakupem mediów pracowały: Małgorzata Wasiuk i Katarzyna Opertowska.

Spoty reklamowe można zobaczyć na kanale YouTube prowadzonym przez Raiffeisen Polbank pod adresem: <http://www.youtube.com/raiffeisenpolbank>

#####

Dodatkowych informacji udziela:

Marcin Jedliński, rzecznik prasowy Raiffeisen Bank Polska S.A.
tel. (22) 585 20 43, email: marcin.jedlinski@raiffeisen.pl

Raiffeisen Bank Polska S.A. rozpoczął działalność w 1991 roku. Oferuje pełen zakres usług finansowych dla klientów indywidualnych, w tym najzamożniejszych pod marką bankowości prywatnej Friedrich Wilhelm Raiffeisen, a w bankowości korporacyjnej koncentruje się na segmencie małych i średnich przedsiębiorstw. W skład grupy kapitałowej Raiffeisen Bank Polska S.A. wchodzi m.in.: Raiffeisen Investment Polska Sp. z o.o., Raiffeisen Solutions Sp. z o.o. prowadząca internetowy kantor RKantor.com oraz Raiffeisen TFI S.A. W 2012 roku Raiffeisen Bank Polska S.A. awansował do grona największych banków w Polsce za sprawą połączenia z Polbank EFG S.A. Z usług Banku korzysta ponad 800 tysięcy klientów za pośrednictwem sieci 228 placówek na terenie całej Polski oraz systemów bankowości elektronicznej i przez nowoczesne centrum obsługi telefonicznej.