

Warszawa, 12 maja 2014 r.  
Informacja prasowa

## Kampania reklamowa Konta Wygodnego w Raiffeisen Polbank

- Telewizyjna kampania reklamowa Konta Wygodnego wystartowała 12 maja 2014 r.
- Bank przygotował 2 spoty telewizyjne i viral internetowy.
- Kampania zwraca uwagę na finansowe korzyści wynikające z posiadania i aktywnego korzystania z Konta Wygodnego – nawet 340 zł rocznie.

Raiffeisen Polbank rozpoczął kampanię reklamową Konta Wygodnego. Opiera się ona na przesłaniu, że nic w życiu nie dzieje się samo, a wszystko co zyskujemy jest efektem naszej pracy, wytrwałości i konsekwencji w działaniu. Przykładowo, posiadacze Konta Wygodnego mogą rocznie otrzymać nawet 340 zł, wystarczy że aktywnie korzystają z wydanej do rachunku karty i przelewają na konto swoje wynagrodzenie. A im dłużej klient jest z bankiem, tym wyższe są jego profity, bo Raiffeisen Polbank docenia lojalnych i aktywnych klientów.

Kampania rozpoczęła się od internetowego virala. W filmie umieszczonym na kanale Raiffeisen Polbank na YouTube Justyna Kowalczyk zwraca uwagę, że żaden z jej sukcesów nie przyszedł sam z siebie, bo na wszystkie konsekwentnie zapracowała.

Kolejną odsłoną kampanii jest spot telewizyjny z udziałem naszej najlepszej biegaczki narciarskiej. W reklamie widzimy jak na tle ścianki prasowej Justyna Kowalczyk – nieco zmęczona po zwycięskich zawodach – udziela wywiadu. Reporter gratuluje zawodniczce sukcesu i cieszy się, że udało jej się zdobyć złoto. Justyna prostuje tę wypowiedź mówiąc, że wcale jej się to nie udało, bo zwycięstwa nie są dziełem przypadku lecz treningów, konsekwencji i wsparcia kibiców. W drugiej części reklamy akcja przenosi się do placówki Raiffeisen Polbank. Biegaczka w rozmowie z doradcą wyraża zadowolenie, że udało jej się zarobić na koncie w banku. Tym razem to doradca zwraca uwagę, że również to nie udało się samo z siebie, tylko zostało wypracowane dzięki aktywnemu korzystaniu przez zawodniczkę z rachunku i używaniu karty, dającej nawet 3% zwrotu dokonanych nią płatności.

W kolejnym filmie, tym razem już bez udziału Justyny Kowalczyk, znajdziemy się w mieszkaniu pewnego małżeństwa rozmawiającego o kontach. Spot skupia się na tym, że konto w Raiffeisen Polbank nie tylko nic nie kosztuje, ale wręcz daje możliwość zyskania dodatkowych środków – wystarczy po prostu aktywnie korzystać z rachunku.

*„Oparliśmy kampanię na prostej obserwacji, że to nie przypadek decyduje o sukcesie, ale do jego osiągnięcia potrzebne jest zaangażowanie i konsekwencja w działaniu. Nic nie dzieje się przecież samo z siebie. W przypadku naszego Konta Wygodnego klient może zyskać realne pieniądze – wystarczy, że będzie na swój rachunek przelewał wynagrodzenie i korzystał z niego płacąc za zakupy kartą do konta. Do tej koncepcji idealnie pasowała postać Justyny Kowalczyk, która również nie szczęściu zawdzięcza swoje zwycięstwa, ale zaangażowaniu i konsekwentnemu realizowaniu przyjętych założeń” – mówi Izabela Kochońska, Dyrektor Departamentu Marketingu Detalicznego Raiffeisen Polbank.*

Konto Wygodne prowadzone jest bezpłatnie pod warunkiem zapewnienia miesięcznych wpływów w wysokości 1,5 tys. zł. Wystarczy również dokonać kartą do konta sześciu transakcji w terminalach POS miesięcznie, aby nie ponosić kosztów jej utrzymania. Wpłaty pieniędzy w bankomatach Euronetu i bankomatach własnych banku oraz wpłaty gotówki we wpłatomatach własnych Raiffeisen Polbank dostępne są dla użytkowników konta bez żadnych opłat. Już po trzech miesiącach przelewania na Konto Wygodne pensji w wysokości przynajmniej 1 tys. zł klient otrzymuje 1 proc. zwrotu wartości transakcji dokonanych kartą debetową w danym miesiącu oraz 1 proc. tzw. „podwyżki pensji” - wyliczanej na podstawie średniomiesięcznych wpływów wynagrodzenia za okres ostatnich 90 dni. Po 3 miesiącach otrzymuje 2 proc., a po 9 miesiącach – 3 proc. zwrotu wartości transakcji dokonanych kartą debetową w danym miesiącu i 3 proc. podwyżki pensji. Z tytułu „podwyżki pensji” można odzyskać kwartalnie 40 zł, a z transakcji kartami do konta – do 15 zł miesięcznie. Maksymalny zwrot wynosi 340 zł rocznie.

Kampania telewizyjna potrwa od 12 maja do 6 lipca. Emitowane w tym czasie 30-sekundowe filmy będzie można zobaczyć w ogólnopolskich kanałach, m.in.: TVP, TVN, Polsat. Wsparciem kampanii telewizyjnej jest internetowy viral oraz przełożenie idei kreatywnej kampanii na inne nośniki – witryny w oddziałach banku, internet, radio, prasę lokalną i materiały BTL oraz ekrany bankomatów.

Kreację do kampanii przygotował butik kreatywny ADHD Warsaw. Reżyserem reklam jest Łukasz Kośmicki. Za produkcję odpowiadał dom produkcyjny Propeller Film, a za planowanie i zakup mediów dom mediowy Starcom. Spot reklamowy 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.** – działający pod nazwą Raiffeisen Polbank – został założony w 1991 roku i jest jednym z najdłużej obecnych na polskim rynku banków z udziałem kapitału zagranicznego. Z początkiem 2013 roku awansował do grona największych banków w Polsce za sprawą połączenia z Polbank EFG S.A. Raiffeisen Polbank oferuje pełen zakres usług zarówno dla klientów indywidualnych, jak i przedsiębiorstw – od firm mikro do największych korporacji. W skład grupy kapitałowej Raiffeisen Bank Polska S.A. wchodzi: Raiffeisen-Leasing Polska S.A. oraz Raiffeisen Investment Polska Sp. z o.o. Z usług Raiffeisen Polbank korzysta około 800 tysięcy klientów za pośrednictwem sieci 350 placówek zlokalizowanych w 150 miastach na terenie całego kraju. Posiadacze rachunków mają możliwość dokonywania transakcji nie tylko w sieci oddziałów, ale też poprzez nowoczesne centrum obsługi telefonicznej oraz systemy bankowości elektronicznej i mobilnej.