



**Wyobraź sobie
bankowość na nowo**



„Wyobraź sobie bankowość na nowo” - UniCredit startuje z kampanią wprowadzającą markę na polski rynek

16 stycznia UniCredit rozpoczyna kampanię reklamową pod hasłem „Wyobraź sobie bankowość na nowo - od teraz bankujesz, walutujesz i inwestujesz w jednym miejscu”. Marka zachęca klientów do przededefiniowania oczekiwań wobec usług bankowych, które mogą być bardziej transparentne, szybsze i dostępne na jeden klik w aplikacji nowej generacji all-in-one.

Strategia: Challenger brand na polskim rynku

UniCredit pozycjonuje się jako challenger brand, **"wreszcie inny bank"** – nowoczesna alternatywa dla usług bankowych, jakie znamy do tej pory. UniCredit zaprasza do świata „**bankowości na nowo**” łączącej szybkość i atrakcyjność fintechu z siłą oraz zaufaniem banku uniwersalnego, co oznacza nowe możliwości dla klientów.

Marka rzuca wyzwanie dotychczasowym schematom: zamiast tradycyjnych, krótkich promocji i „produktów z gwiazdkami” z wieloma warunkami do spełnienia – stawia na prostotę i pełną przejrzystość oferty.

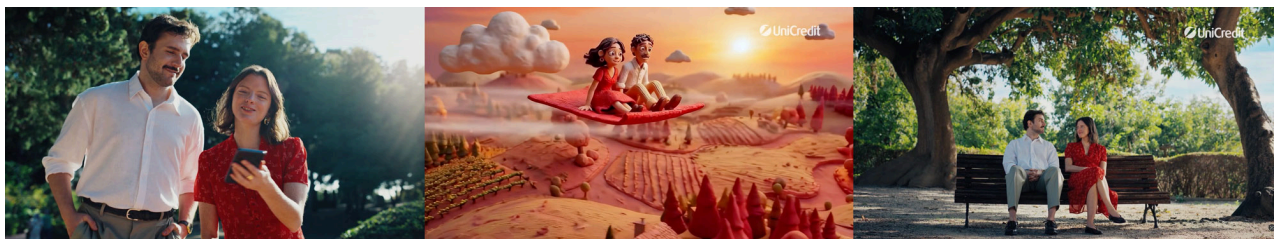
“Proponujemy atrakcyjne rozwiązania dla osób, które chcą w jak najlepszy sposób zarządzać swoimi finansami w jednym miejscu, bez konieczności przełączania się między różnymi bankami, aplikacjami czy platformami. Wszystko w oparciu o stabilny fundament międzynarodowej grupy finansowej, z unikalnym UX i "human touch" sieci placówek i Centrum Wsparcia.” - mówi Krzysztof Czuba, Chief Commercial Officer UniCredit NV/SA.

Coraz więcej z nas łączy pracę i podróże, swobodnie poruszając się między miastami, strefami czasowymi i walutami. UniCredit odpowiada na te potrzeby aplikacją „all-in-one”, w której znajdziemy topowe kursy walut, atrakcyjne konta oszczędnościowe bez limitu kwoty, konta osobiste i firmowe za zero bez warunków, natychmiastowe przelewy w PLN i EUR za darmo, bezpłatne bankomaty na całym świecie (bank nie pobiera prowizji). Kluczowym wyróżnikiem jest też jedna z najszerzych ofert inwestycyjnych – w pięciu walutach, w jednej aplikacji. Dodatkowo: superszybkie kredyty gotówkowe - bez konieczności zakładania konta oraz konsolidacyjne, a wkrótce także w pełni cyfrowa hipoteka. Wszystko w jednym, spójnym ekosystemie.

To odpowiedź na nowoczesny styl życia, w którym zacierają się granice między tym, co bankowe i fintechowe, lokalne i globalne, realne i wirtualne.

Kreacja: Od wyobraźni do rzeczywistości

Narracja reklam, której towarzyszy wyjątkowa muzyka, prowadzi nas przez kolejne etapy percepcji. Punktem wyjścia jest świat realny - codzienne sytuacje oraz wyzwania, przed którymi stajemy. Następnie zostajemy zaproszeni do świata wyobraźni – plastycznego, wielobarwnego uniwersum wykreowanego przez twórców i ożywionego przy użyciu animacji opartej na zaawansowanych rozwiązaniach sztucznej inteligencji. To metafora większych możliwości, które możemy odkryć, gdy wyobraźmy sobie więcej. W finale marka powraca do rzeczywistości z mocnym przesłaniem: „Od teraz już nie musisz sobie wyobrażać – bank, jakiego nie było, już tu jest”.



“Artystyczna estetyka filmów jest manifestem wartości UniCredit. Symbolizuje innowacyjność i odwagę do przelamywania schematów, przenosząc potrzeby i aspiracje klientów ze sfery wyobrażeń do konkretnych, realnych i atrakcyjnych rozwiązań dostępnych w jednym miejscu” - mówi Barbara Pijanowska-Kuras, Chief Marketing Officer UniCredit NV/SA

W świat wyobraźni zabiera nas Billie Eilish z magicznym utworem “Birds of a feather”. Głosu marce UniCredit użyczył Filip Kosior, jeden z najbardziej znanych i cenionych lektorów audiobooków w Polsce.

Kampania: Wizerunek oparty o atrakcyjne Value Proposition

Kampanię UniCredit rozpoczyna reklama wizerunkowa, budująca świadomość marki i wprowadzająca narrację opartą na przenikaniu się dwóch światów. Niemal od razu pojawiają się też kolejne spoty promujące atrakcyjną ofertę: na początek ciekawe rozwiązania walutowe z kontem naprawdę za 0 zł - bez warunków.

„Wchodzimy na polski rynek z przekonaniem, że bankowość może być inna – prostsza, bardziej przejrzysta, szybsza i w pełni intuicyjna. Chcemy przybliżyć UniCredit jako bank europejski, w którym pieniądze naszych klientów nie mają granic, a atrakcyjne ceny skomplikowanych warunków. Nasza kampania to zaproszenie do wyobrażenia sobie banku, który rozumie współczesne potrzeby, ale przede wszystkim dowód na to, że łączący najlepsze z obu światów - atrakcyjność fintechu i możliwości banku uniwersalnego” – podsumowuje Barbara Pijanowska-Kuras, Chief Marketing Officer UniCredit NV/SA.



Komunikacja będzie realizowana w ramach szerokozasięgowej kampanii 360 stopni, obejmującej telewizję, kanały digital, kina, radio oraz outdoor. Za kreację odpowiada wybrana w przetargu strategiczno-kreatywnym Agencja 2012.

Od 16 stycznia na ulicach pojawią się billboardy, od weekendu ruszą działania digital, a od 19 stycznia bank rozpocznie kampanię w telewizji, kinach i na stacjach radiowych.



Reżyserem reklam jest Marcin Filipek, za produkcję odpowiada Opus Film, świat animacji z wykorzystaniem AI wykreował Human Verse Creative Technology.

Za zakup mediów odpowiada iProspect z grupy Dentsu.

[LINK DO SPOTU](#)

[LINK DO MATERIAŁÓW GRAFICZNYCH](#)

Kontakt dla mediów

Sabina Salamon

Corporate Communications Director / Spokesperson

UniCredit NV/SA

sabina.salamon@unicredit.pl

O BANKU

UniCredit w Polsce to połączenie szybkości i atrakcyjności fintechu z siłą i zaufaniem banku uniwersalnego. Jako część jednego z największych banków w Europie, obsługującego ponad 15 mln klientów, w tym milion firm, bank łączy 150 lat doświadczenia Grupy z nowoczesnym podejściem do finansów i rolę paneuropejskiego centrum innowacji.

Bank rozwija superszybka, przejrzystą bankowość dostępną w aplikacji all-in-one oraz oferuje najwyższej jakości doradztwo dla klientów indywidualnych, biznesowych i korporacyjnych. Wyróżnikiem oferty są topowe kursy walut, konta oszczędnościowe bez limitu, superszybkie kredyty w aplikacji (również dla firm), bezwarunkowo darmowe konta osobiste i firmowe, bezpłatne bankomaty na całym świecie (bank nie pobiera prowizji) oraz unikalne inwestycje aż w pięciu walutach – w Polsce i globalnie.

UniCredit zapewnia pełną obsługę omnikanalową dzięki flagowym oddziałom w kluczowych miastach oraz Centrum Wsparcia. W obszarze Private Banking i Wealth Management oferuje spersonalizowane doradztwo i dostęp do międzynarodowych rozwiązań Grupy, w tym Schoellerbank. Klientom korporacyjnym i instytucjom finansowym zapewnia kompleksowe wsparcie – od zaawansowanych produktów transakcyjnych po finansowanie złożonych projektów inwestycyjnych.

UniCredit w Polsce jest centrum innowacji Grupy UniCredit.

www.unicredit.pl