Leo Burnett a realizat campania de imagine pentru noul produs financiar lansat de BCR

BUCURESTI - 22 noiembrie 2004 ora 15:23
Comunicat tip General in Media / Publicitate

Leo Burnett a realizat campania integrata de promovare a celui mai nou produs financiar oferit de Banca Comerciala Romana, produs denumit Maxicredit - creditul pentru nevoi personale garantat cu garantii reale.

Campania se desfasoara incepand cu data de 18 noiembrie pe TV, print, outdoor, indoor, Internet, DM. Cele doua spoturi TV intitulate “ Dulapul” si “Ficusul” realizate in colaborare cu Casa de Productie Saga Film se difuzeaza pe urmatoarele posturi TV: Pro TV, TVR 1, Prima, TVR 2, Pro Cinema, Realitatea TV.“Am folosit aceasta oportunitate de comunicare ca un pas in procesul de consolidare a unei personalitati unice si carismatice pentru marca BCR.BCR era perceputa ca fiind o entitate sigura, puternica, solida si ca fiind liderul pietii dar imaginea sa era umbrita de o anumita “raceala” perceputa mai ales de cei tineri “young professionals”.In acest context, BCR isi pune in valoare caracteristica umana, apropiata de oameni, flexibila, prietenoasa si destinsa, care se adauge vectorilor de imagine deja existenti (soliditate, tinerete si profesionalism).Dincolo de acest obiectiv de imagine pentru intreaga umbrela, campania de comunicare trebuia sa sustina un produs extrem de inovator si anume un credit nenominalizat garantat cu garantii reale unde BCR are un avantaj competitiv net fata de concurenta.Din numeroasele beneficii pentru client ale acestui produs (care includ si termenul cel mai lung de acordare existent pe piata – 10 ani) ne-am oprit asupra sumei de bani accesibila pentru nevoi personale – 20.000 EUR (cea mai mare existenta in oferta bancilor din Romania) ca element central. Apoi am incercat sa articulam si sa identificam in ce insight de consumator se poate reflecta aceasta promisiune.Si astfel am ajuns la urmatorul gand: cand cineva isi face niste planuri si ramane fara bani, e obligat sa recurga la compromisuri care ii creeaza o stare de disconfort si ii diminueaza mult din bucuria de a-si fi indeplinit niste vise” explica Razvan Matasel, Research&Strategic Planning Director la Leo Burnett.Din partea BCR au contribuit la realizarea proiectului:Daniel Pană - Director Executiv, Marketing and Sales Division; Roxana Ganovici - Director Executiv Adjunct, Marketing and Sales Division; Georgiana Badea - Head of Advertising Department, Marketing and Sales Division. Din partea Leo Burnett echipa a fost formata din:Bogdan Naumovici - Creative Director si regizor al spoturilor; Lucian Urdea - Senior Copywriter; Petru

Cuciuc - Senior Art Director; Laura Georgescu-Baron – A/V Production Director, Roxana Dumitru - New Business Director, Răzvan Mătăşel –Research&Strategic Planning Director; Laurenţiu Semeniuc – Strategic Planner; Andreea Boacă - Regional Brand Communication Manager; Mihaela Barsan - Regional Brand Communication Executive

Despre Leo Burnett Romania

Leo Burnett Romania este agentia cu cea mai buna strategie si creatie din Romania, conform studiului AdMarket 2004.Leo Burnett Romania este detinatoarea titlului de Agentie a Anului in 2003 si 2004 si prima agentie romaneasca finalista la Cannes.Claudia Bajanaruclaudia.bajanaru@leoburnett.ro

LEO BURNETT ROMANIA