

Emberközeli és teljesen magyar reklámok az Ersténél

Ismerős környezet és helyzetek, barátságos arcok. Minden elemében magyar, emberközeli és életszerű új reklámfilmekkel mutatkozik be az Erste. Az új marketingstratégia jegyében készült filmek szereplői önmagukat játsszák, és bemutatják, milyen #higgymagadban pillanatokban tud segíteni az Erste.

Június közepén mutatkozik be az Erste itthon, hazai ötlet alapján készült reklámfilmje. Az új marketingstratégia jegyében készült filmek olyan mindennapi helyzeteket villantanak fel, amelyekben az Erste segíteni tud azoknak, akik hisznek magukban, vagy éppen jól jönne nekik egy bank, amely hisz bennük.

„Közelebb hozzuk a bankolást az emberekhez. Meg szeretnénk mutatni, hogy lehet másként csinálni, lehet a pénzügyeket szeretni is. A pénz kezelése sokak számára nehéznek és bonyolultnak tűnik, de mi ledöntjük ezeket a régi tabukat, megmutatjuk, hogy mindez lehet egyszerű, érthető. Arra biztatunk mindenkit, hogy bátran forduljon segítségért hozzánk” – hangsúlyozta Blaumann Debóra, az Erste marketing és pr területének vezetője.

Az új marketingstratégia érezhető változást hozott a bank kommunikációjában. Az Erste világosabban beszél, közérthetően igyekszik elmagyarázni, mit ajánl, kerüli a banki és jogi szakzsargont, ahol csak lehet, eltünteti az apróbetűket – hogy mindenki számára érthető legyen a bankolás. Új fiókjait is az ügyfelek igényeihez igazodva alakította ki: elkülönített tárgyalókba elvonulva lehet a tanácsadókkal átbeszélni a másra nem tartozó pénzügyeket, míg a gyors ügyeket rögtön a belépés után a pultnál is intézhetik. A fiókokba már kutyasétáltatás közben is be lehet ugrani, míg a George Weben és a George Appon bármikor, bárhol is lehet Erste számlát nyitni, befektetni vagy akár személyi kölcsönt igényelni. A letisztult kommunikációt tükrözi a modern, egyszerű új arculat, és a köznyelvhez igazodó új névhasználat is.

Az Erste új reklámfilmje az embereket ünnepli, az ők mindennapi #higgymagadban pillanatait élte. A hétköznapi emberekhez szól, elmondja nekik, mennyire jó, amit csinálnak, biztatja őket, hogy csak így tovább. Szól a biztatás az egyetemistának, aki hisz magában, és minden nehézség ellenére bevállal bármit első munkaként, csak hogy végre a saját lábára álljon. A szülőknél, akik három gyerekkel is képesek összeszervezni az életüket és gondoskodni a családról, vagy az útkeresésben lévő tinilánynak és anyjának, akiket a súrlódások ellenére is összeköt a bizalom. Ezek a momentumok az életünk részei, pont úgy, ahogy a pénzügyek is. Az Erste pedig ott van és támogatja őket ezekben a helyzetekben, legyen szó az első fizetésről, az első vagy épp sokadik bankkártyáról vagy éppen befektetésekről.

Az új reklámfilm minden elemében emberközeli és magyar. A filmmel így bárki tud azonosulni, ellentétben a külföldről átvett, adaptált, esetleg stock adatbázisból vásárolt reklámokkal – mondta el az Erste marketing és pr területének vezetője. Blaumann Debóra kiemelte: a film életszerű példákon keresztül mutatja be, hogy milyen #higgymagadban pillanatokban tud segíteni az Erste.

„Szomorú látni, hogy a közösségi média és sokszor maguk a reklámok is inkább csak rossz érzést keltenek az emberekben, mert egy olyan idealizált világot mutatnak meg,

amellyel szemben a valóság csak alulmaradhat. Bízunk benne, hogy az Erste reklámfilmje ezzel szemben inkább kellemes ismerősséget ébreszt majd a nézőben” – tette hozzá.

A film három élethelyzetet elevenít fel – Magyarországon készült, hazai stábbal, magyar szereplőkkel. Az egyikben egy fiatal színpadépítő küzdelmes napját látjuk, ahol az izzasztó pakoláson túl még kollégái is beszélgetnek neki, de ő nem adja fel. A film végén George Appban jön az értesítés, hogy meg is kapta első fizetését. A másik filmben egy ötfős család mindennapos „fejetlenségébe” kapunk betekintést. A gyerekek csínytevései mellett is marad azonban a szülőknek okuk a mosolyra, hiszen már van kiért félretenni és van kiért kivenni is. A harmadik reklámfilm egy lázadó lányról szól, aki még egy buliba is megpróbál elszökni. Ám édesanyja mindezek ellenére hisz benne, bizalmat szavaz neki, és egy saját bankkártyával lepi meg.

A filmben célunk volt minél élethűbben bemutatni az emberi mindennapokat. A nehézségeket, a feszültséget, az érzelmeket. Éppen ezért a casting során külön figyelmet fordítottunk arra, hogy valódi karakterekkel dolgozzunk: egy valóban súrlódásuktól nem mentes kapcsolatban élő anya-lánya párossal, egy olyan fiatallal, aki tényleg színpadépítésből szerzi a pénzt a mindennapjaira, és egy igazi családdal, akik több gyerek – köztük egy újszülött – mellett koordinálják a mindennapjaikat – emelte ki Haberland Attila, az Erste reklámügynöksége, az Artificial Group ügyvezető igazgatója.

Alkotók listája

- Megbízó: Erste
- Marketingigazgató: Blaumann Debóra
- Kommunikációs vezető: Kiricsi Dávid

- Reklámügynökség: Artificial Group
- Head of Creative Management: Haberland Attila
- Creative Director: Länger Vera
- Creative Group Head: Kóbor Mátyás
- Creative crew: Doman Gergő, Nemes Lili, Pregun Eliz
- Account Director: Széni Károly
- Account crew: Gál Márko, Vörös Vivien

- Produkció: Artificial Craft
- Producer: Englert Zsófia
- Rendező: Szimler Bálint
- Operatőr: Nagy Zágon
- Látványtervező: Láng Imola
- Gyártásvezető: Pozsgai Vivien
- Vágó: Kiss Wanda
- Colorist: Ternyik Máté
- Zene: Felcser Máté
- Utómunka: Digital Apes
- Fotó: Zsólyomi Norbert

Sajtókapcsolat:

- Pálosi Márta, szenior kommunikációs szakértő
- marta.palosi@erstebank.hu

Eredeti tartalom: Erste Bank Hungary Zrt.

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/3516/emberkozeli-es-teljesen-magyar-reklamok-az-erstenel/>