

„Když ve vás někdo věří, dokážete víc“: nový marketingový koncept ČS sází na image a příběhy klientů

Na počátku stála myšlenka naučit lidi hospodařit a zajistit jim přístup k prosperitě. Toto poslání, které Česká spořitelna naplňuje již téměř 200 let, se odráží také v současné strategii banky, kterou nyní podpoří nový marketingový koncept. Jeho cílem je emotivní formou představit Českou spořitelnu jako spolehlivou banku, která provází jednotlivce, komunity a firmy po celou dobu života, je jejich průvodcem na cestě k jejich prosperitě a tím přispívá k prosperitě celé země. Ústředním pojítkem marketingové komunikace je motto „Když ve vás někdo věří, dokážete víc.“

„Vracíme se k naší víře, že přístup k prosperitě si zaslouží každý bez ohledu na majetek, sociální třídu či rasu. Toto poslání našich zakladatelů je nadčasové a my jej chceme naplňovat i v dnešní moderní době. Motto "Když ve vás někdo věří, dokážete víc" naši novou kampaň hezky a jednoduše vystihuje. Většinou totiž zjistíte, že úspěšní lidé měli ve svém okolí někoho, kdo v ně věřil a podpořil je," uvedla Monika Hovorková, ředitelka marketingu České spořitelny.

První spot, který bude v televizi a kinech sítě Cinema City od 6. března 2017, ukazuje emotivní příběh profesora Václava Vojty, dětského neurologa a terapeuta, který v roce 1968 emigroval do západního Německa. Tam pokračoval v léčení dětských vývojových poruch a stal se světově uznávaným odborníkem. Profesor Vojta byl přesvědčený, že jeho metoda funguje, ale nikdy by se mu nepovedlo ji uvést v život, kdyby neměl důvěru rodičů svých dětských pacientů.

Další velkou imagovou reklamou bude příběh faráře Josefa Suchára, který dokázal s několika nadšenci proměnit vysídlenou obec Neratov v živou komunitu s více než 50 stálými obyvateli. Sdružení Neratov, u jehož zrodu Suchár stál, dnes dává práci 150 lidem, z toho 110 s mentálním postižením.

Česká spořitelna však neopouští ani marketingovou podporu produktů. „Nebudeme se zaměřovat jen na velké příběhy známých osobností. Vedle příběhů jako jen ten o profesorovi Vojtovi ukážeme příběhy běžných lidí, našich klientů, které sice neměly takový společenský dopad, ale přinesly do života rodiny pozitivní změnu. Tyto spoty poukážou i na službu Moje zdravé finance, kterou nyní nabízíme v celé pobočkové síti a díky které pomáháme klientům najít úsporu v jejich rodinných rozpočtech,“ vysvětlila Monika Hovorková. V dubnu banka představí první klientský příběh mladé pětibojářky Katky a její maminkou. Právě díky službě Moje zdravé finance jim banka pomohla najít prostředky na výstroj a trenéra

pro dceru. První vizuály s tvářemi klientů (půjde o příběhy klientů, avšak fotky herců) se na billboardech objeví s mottem kampaně začátkem března.

U natáčení spotu byl přítomný syn profesora Vojty Václav. Pomáhal hercům se správnou aplikací Vojtovy metody. O Vojtových potomcích, Veronice, Štěpánovi a Václavovi nechala ČS natočit dokumentární film, režie se ujala Olga Špátová. Banka jej uvede na internetu a bude k vidění i v pobočkách banky.

Kampaň pro Českou spořitelnu navrhla kreativní agentura Young & Rubicam, natáčení prvního spotu svěřila produkci Boogie films. Filmovou podobu spotu vtiskl režisér Dan DiFelice a kameraman Steve Annis. Na dobarvení spotu pracoval Tom Poole, který se podílel na post produkci například Pirátů z Karibiku či Bridget Jones Baby. Hlas v prvním spotu o profesorovi Vojtovi patří Jiřímu Dvořákovi, samotného Vojtu hraje Daniel Rous.

Pro další informace prosím kontaktujte Tiskové centrum Finanční skupiny České spořitelny:

Kristýna Havligerová
Tisková mluvčí ČS
E-mail: tiskove_centrum@csas.cz

Andrea Studihradová
Tiskové centrum ČS
astudihradova@csas.cz

Profil České spořitelny

Na českém trhu jsme bankou s nejdéší tradicí. Naše kořeny sahají až do roku 1825. Jsme moderní bankou orientovanou na drobné klienty, malé a střední firmy, města a obce. Máme nezastupitelnou roli ve financování velkých korporací a v poskytování služeb v oblasti finančních trhů. Od roku 2000 se můžeme opřít o silné zázemí středoevropské Erste Group. Naším společným cílem je nabídnout klientům takové služby, jaké potřebují bez ohledu na čas a místo. Naše postavení nám dovoluje udávat trend v zavádění moderních bankovních služeb i v technologických inovacích.

- Počet našich klientů dosahuje téměř 5 milionů. Jsme tak **největší bankou** v České republice.
- Zaujímáme **první pozici** na trhu klientských úvěrů (20% tržní podíl), spotřebitelských úvěrů, včetně kreditních karet a kontokorentů (30% tržní podíl) i v celkových vkladech (20% tržní podíl). Na špici jsme i v oblasti hypoték (27% tržní podíl). Disponujeme nejširší sítí poboček a bankomatů.
- Usilujeme o **bezbariérovost našich služeb**: máme první bezbariérové stránky www.bankabezbarier.cz; 239 bezbariérových poboček; 26 poboček se službou simultánního přepisu pro neslyšící; více než 700 bankomatů uzpůsobených pro nevidomé.
- **Vzděláváme ke konkurenceschopnosti**, nejen tím že posilujeme finanční gramotnost a jsme dlouhodobými partnery vysokých škol. Prostřednictvím Nadace Depositum Bonum usilujeme o zkvalitnění výuky přírodovědných a technických oborů. Díky Nadaci České spořitelny **jsme s těmi, od nichž se společnost odvrací** - zaměřujeme se na podporu seniorů, lidí s mentálním postižením a prevenci a léčbu drogové závislosti.