



Celem kampanii jest kreowanie wizerunku Generali, jako firmy, na którą zawsze można liczyć oraz promocja oferty ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych. W kreacji wykorzystano wizerunek Adama Małysza, byłego skoczka, a obecnie kierowcy rajdowego, z którym Generali jako sponsor i ubezpieczyciel współpracuje już od blisko 10 lat. Działania reklamowe firmy obejmą cały styczeń, a głównymi mediami wykorzystywanymi w kampanii będą telewizja i Internet. W styczniu br. Generali rozpoczyna kampanię wizerunkowo-produktową, w nowej odsłonie, z udziałem Adama Małysza, byłego skoczka, a obecnie kierowcy rajdowego. Jest on bowiem wciąż jedną z najbardziej rozpoznawalnych osobowości, nie tylko w świecie sportu, zaś jego start w styczniowym rajdzie DAKAR 2014 wzbudza wielkie emocje wśród rzeszy jego fanów.

Główne założenia zaplanowanej kampanii reklamowej to zwiększenie świadomości marki oraz promocja oferty ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych firmy. W spotach reklamowych Generali będzie promować ofertę ubezpieczeń dla kierowców i właścicieli mieszkań ze szczególnym uwzględnieniem następujących benefitów:

- Opiekun Ubezpieczenia - dedykowana osoba, która w razie wypadku sprawnie przeprowadzi Klienta przez cały proces likwidacji szkody i naprawy zniszczeń.
- kontakt w ciągu 24h - Opiekun Ubezpieczenia oddzwoni do każdego Klienta w ciągu 24 godzin od momentu zgłoszenia szkody.
- ubezpieczenie od wszystkiego - oferta kompleksowej ochrony domu i samochodu, nawszelki wypadek, w formule "all risks", tj. obejmującej wszelkie ryzyka - bez wyłączeń i "gwiazdek".

Spot reklamowy pokazuje Adama Małysza w kontekście niebezpiecznych wydarzeń związanych z jego rajdową pasją, ale zawsze - niezależnie od napotkanych trudności - przekonanego, że może liczyć na wsparcie swojego zaufanego ubezpieczyciela.

- *"Chcemy przede wszystkim pokazać, że Generali jako ubezpieczyciel jest dla swoich Klientów partnerem, na którego w momentach nieprzewidzianych i niebezpiecznych zdarzeń losowych zawsze można liczyć. Jest firmą, która jest z nimi na dobre i złe. Drugim, bardziej dosłownym aspektem kampanii jest zaprezentowanie oferty ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych Generali w nowej, bardzo pro-klienckiej odsłonie. Generali bowiem zapewnia Klientom opiekę dedykowanego Opiekuna Ubezpieczenia, jego szybki kontakt w przypadku szkody oraz formułę produktu obejmującą wszelkie ryzyka, bez tzw. wyłączeń i gwiazdek."* - mówi Paweł Wróbel, Dyrektor Departamentu Komunikacji Korporacyjnej i Marketingu w Generali.

W komunikacji Generali podkreśla wartości, jakimi kieruje się w swojej działalności biznesowej: zaufanie, partnerstwo i pewność ochrony na każdym etapie współpracy z Klientami. Ponadto rozdział kariery Adama Małysza związany z rajdami samochodowymi niesie za sobą ryzyko, które doskonale wpisuje się w charakter działalności firmy ubezpieczeniowej, pozwalając na budowanie pozytywnych skojarzeń z marką, jako ubezpieczyciela zapewniającego bezpieczeństwo we wszystkich sytuacjach życiowych.

Kampania

Kreację spotu reklamowego opracowała agencja GREY Group.





Kampanię telewizyjną zaplanował dom mediowy Optimum Media OMD, a kampanię internetową zrealizowała agencja HAVAS Media.

Głównym medium w kampanii będzie telewizja. Emisja spotu reklamowego rozpocznie się 8 stycznia br. i potrwa do końca miesiąca. W kampanii zostaną wykorzystane zarówno główne stacje telewizyjne o dużym zasięgu jak i stacje tematyczne i niszowe.

