



Stałe działania promocyjne w telewizji rozpoczną się 21 lutego i opierać się będą na dwóch 30-sekundowych spotach reklamowych – wizerunkowym, komunikującym nowe pozycjonowanie marki Generali oraz pierwszym z cyklu spotów produktowych, prezentujących nową ofertę ubezpieczyciela w segmencie ubezpieczeń komunikacyjnych. Kampania telewizyjna wspierana będzie działaniami reklamowymi w internecie.

Główne założenia kampanii reklamowej to nie tylko zwiększenie świadomości marki, ale także promocja nowej oferty ubezpieczeń komunikacyjnych firmy. W pierwszym z cyklu spotów produktowych Generali promować będzie dodatkowe zniżki na ubezpieczenia dla doświadczonych kierowców:

Nowy wizerunek marki

- „*Generali jak dotąd na rynku nie miało bardzo silnych kampanii reklamowych, co powodowało, że Klienci nie postrzegali nas jako marki powiązanej z konkretnymi wartościami, posiadającej szczególne czy wyróżniające ją atrybuty. Stąd właśnie zrodził się projekt, którego celem miała być budowa zupełnie nowej strategii dla marki Generali na Polskim rynku.*” – mówi Marta Strzyżewska, która - jako zarządzająca obszarem marketingu w Generali - odpowiedzialna była za stworzenie nowej strategii marki i przygotowanie kampanii.

Nowa strategia Generali oparta jest o przekonanie, że Grupa - jako nowoczesny ubezpieczyciel – nie tylko chce, ale powinna być blisko prawdziwego życia ludzi i tworzyć ubezpieczenia dopasowane do realiów zmieniającego się świata.

Tworząc nową strategię, ubezpieczyciel bazował również na silnych, międzynarodowych fundamentach firmy, która dzięki obecności w ponad 60 krajach świata ma możliwość identyfikacji kluczowych trendów mających wpływ na kształt współczesnego świata.

- *“Właśnie ta umiejętność przewidywania i znajdowania najlepszych rozwiązań w oparciu o posiadane doświadczenie i wiedzę oraz zdolność patrzenia na rzeczywistość z szerszej perspektywy, pomagająca dokonywać właściwych wyborów stały się inspiracją do wykreowania nowych bohaterów marki Generali – Sherlocka i jego Watsonów. To oni – w nowej kampanii Generali – obserwują otaczający ich świat, uczestniczą w życiu ludzi – Klientów, a swoje obserwacje przekuwając na konkretne działanie, jakim jest tworzenie rozwiązań ubezpieczeniowych.”* – dodaje Marta Strzyżewska.

20 i 30% dodatkowej zniżki – dla doświadczonych kierowców

Spot produktowy prezentuje głównych bohaterów marki, którzy obserwując talent kierowcy z długim stażem doceniają jego doświadczenie, przekuwając je na konkretny benefit produktowy. Film doskonale wpisuje się w nowy charakter firmy, pozwalając na budowanie pozytywnych skojarzeń z marką, jako ubezpieczyciela obserwującego świat i kreującego produkty, które nadążają za współczesnym, dynamicznie zmieniającym się życiem.

Nową kampanią Generali wprowadza benefity dla doświadczonych kierowców, oferując:





- dodatkowe 20% zniżki na ubezpieczenia komunikacyjne dla kierowców posiadających prawo jazdy od 10 lat
- 30% dodatkowej zniżki dla kierowców z 15-letnim stażem za kierownicą

- „Z naszych doświadczeń i obserwacji wynika, że doświadczenie kierowców – nie tylko tych wpisanych do dowodu rejestracyjnego pojazdu, ma ogromne znaczenie dla bezpieczeństwa jazdy. Dlatego właśnie zdecydowaliśmy się docenić ich staż za kółkiem i przygotować dla nich nową ofertę.” - mówi Piotr Łoza, Dyrektor Departamentu Ubezpieczeń Majątkowych i Komunikacyjnych w Generali.

Kampania

Kreację spotu reklamowego opracowała agencja Testardo Gram, działająca w ramach GREY Group. Kampanię telewizyjną zaplanował dom mediowy Carat, a kampanię internetową zrealizowała agencja Isobar Poland.

Głównym medium w kampanii będzie telewizja. Emisja spotu reklamowego rozpocznie się 21 lutego br. W kampanii zostaną wykorzystane zarówno główne stacje telewizyjne o dużym zasięgu jak i stacje tematyczne i niszowe.

