

Když neví mamka, poradí mi Partners Banka. Startuje kampaň nové banky

Praha, 27. března 2024 – Poradenská Partners Banka, která odstartovala 6. března, spouští od 2. dubna reklamní kampaň. Zaměřuje se v ní zejména na budování a posílení znalosti nové značky Partners Banka. V komunikaci upozorňuje na to, v čem se nová banka odlišuje od stávajících bank, tedy na propojení banky s opravdovým finančním poradenstvím. Ambasadorem Partners Banky se stal známý český písničkář Pokáč.

První poradenská banka, která propojuje moderní technologie s osobním přístupem finančních poradců Partners, nabízí od 6. března tři balíčky služeb – osobní Pro jednoho, partnerský Pro dva a rodinný Pro rodinu. Balíčky tvoří souhrn běžných a spořicíh účtů, různých karet a platebních možností. Banka je tzv. „mobile only“, tedy jediným nástrojem pro správu financí je výjimečná Partners apka.

Ve své reklamní kampani se Partners Banka spojila s oblíbeným hudebníkem Pokáčem, který pro ni složil celou písničku. Její refrén plánuje banka dlouhodobě používat jako tzv. jingle. Čtyři jednotlivé sloky písničky pak slouží jako hudební podklad pro čtyři samostatné televizní reklamy, jejichž příběh se odvíjí od textu písně. Chytlavý refrén „Když neví kámoš, když neví mamka, poradí mi Partners Banka“ funguje i jako samostatný sponzorský vzkaz. Kampaň v průběhu roku doplní další krátké Pokáčovy písničky, které, jak je u něj zvykem, budou reagovat na aktuální situace.

Banka, která zpívá

„Hledali jsme výrazný koncept, který by v současné době přeplněné reklamami vynikl a pobavil. Hudba v reklamě funguje a v historii byl jingle téměř nezbytností, ale postupně se od něj upouštělo a dnes je to spíš výjimka. Přesto se stále jedná o výrazný, rozpoznatelný a emotivní prvek, který funguje spolehlivě,“ vysvětluje Robert Chmelař, ředitel marketingu finanční skupiny Partners. „A protože v Česku není lepší skladatel a interpret než Pokáč, rozhodli jsme se ho oslovit a dali jsme mu volnou ruku v tvorbě,“ dodává.

„Komerční spolupráci takového rozsahu jsme s mým týmem ještě nerealizovali. Když jsme se však potkali s vedením Partners Banky a panem Borkovcem, zjistili jsme, že jejich vize banky, která je upřímná a na nic si nehraje, se nám líbí. Zároveň s námi velmi rezonoval jejich zásadní přesah do charitativních činností. Proto jsem se rozhodl spolupráci přijmout a stal jsem se tváří Partners Banky,“ komentuje Pokáč, proč se pro spolupráci s novou českou bankou rozhodl.

Celá písnička včetně klipu bude k vidění na internetu, zejména na sociálních sítích. Televizní spoty a sponzorské vzkazy pak poběží po celý rok hlavně na stanicích skupiny Prima, v menší míře i na stanicích skupiny Nova a v České televizi. V online půjde zejména o výkonnostní formáty doplněné v úvodu kampaně brandovými plochami. V průběhu roku se počítá i s rádiem a digitálními audio formáty, jako je například Spotify.

Realita se v Partners apce mění v tyrkysový 3D svět

Komunikace Partners Banky není omezena jen na audio a video, ale objeví se také v bannerové kampani. Aby i v ní byla snadno rozpoznatelná, používá banka unikátní 3D ilustrace na tyrkysovém pozadí. Využívá trik, kdy hrdinové reklamy vstupují do obřího mobilu, kde se změní ve své 3D avatary.

Prvek mobilu vyzdvihuje důležitost unikátní Partners apky, jejímž prostřednictvím klienti spravují své finance v bance. Zároveň zde mají všechny finanční produkty sjednané přes finanční poradce Partners nebo si je sem mohou snadno nahrát, spravovat veškeré své finance v jedné apce a mít tak o nich dokonalý přehled.

Tyrkysový 3D svět Partners Banky využívá základní firemní barvu a barevně se tak propojuje se sesterskou finančněporadenskou společností Partners. Výrazné 3D prvky banka využívá jako osobitý grafický prvek nejen v apce, ale i na webu a na sociálních sítích.

„Už z testů hrubých konceptů reklamy nám tento nápad vycházel jako silný, zapamatovatelný a pozitivní motiv. Tvoří tzv. ‚distinktivní prvky‘, tedy něco, co jakmile člověk uvidí, tak si to automaticky spojí s Partners Bankou, aniž by potřeboval vidět název, logo nebo jakýkoli další identifikátor značky,“ vysvětluje Robert Chmelař.

Inspirace k pomoci druhým

Nová reklamní kampaň navíc získává další, původně nečekaný, pozitivní rozměr. Pokáč přišel s nápadem, že by celý honorář za účinkování v reklamě rád věnoval na charitu. Toto rozhodnutí inspirovalo celou finanční skupinu Partners, do které Partners Banka patří. Skupina tak aktuálně zakládá vlastní charitativní nadaci Partáci, prostřednictvím níž chce pomáhat zejména rodinám, které se dostanou vlivem nepříznivých událostí do těžkých životních situací. Do nové nadace bude směřovat všechny své dobročinné aktivity.

„V Partners jsme od roku 2007 věnovali na různé charitativní projekty přes 30 milionů korun. V současnosti jsme se rozhodli vše sjednotit a prostřednictvím nadace Partáci budeme podporovat ty, kteří svého partáka pro zvládnání těžkých životních situací nemají,“ říká ředitel skupiny Partners Petr Borkovec.

Informace o kampani Partners Banky

Kampaň poběží v televizi, rádiu, na internetu, sociálních sítích a také na pobočkách banky. Pod kreativou je podepsána agentura Moebius Jana Mičky a produkci zajistila společnost Punk Film. Natáčelo se v Ateliéru Strahov, režie se ujal Pavel Nosek, za kamerou stál Filip Hájek a střih a postprodukce včetně 3D postavíček vznikly pod taktovkou Patrika Velka ve studiu Achtung. Fotografie vytvořil Dominik Kučera.

O offline média se stará Hearts & Science a online výkonnostní část má na starosti Performio.cz.

Ukázky reklamní kampaně Partners Banky

Televizní spoty, sponzorské vzkazy i celá písnička jsou ke shlédnutí zde:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL4ZTYqu-FvzOLRHD-HV-iyM_fYMgCq7l7

Pro více informací kontaktujte:

Tereza Píchalová, tisková mluvčí finanční skupiny Partners, tereza.pichalova@partners.cz

Tel.: 603 173 254

*Finanční skupina Partners působí na českém trhu již 16 let. Základem je společnost [Partners Financial Services](#), založená v roce 2007, od roku 2009 je pak nejznámější finančněporadenskou společností v České republice. Zásahu na jejím úspěchu má především objektivita, nabídka exkluzivních produktů a kontinuální vzdělávání finančních poradců. V současnosti má společnost asi 600 tisíc klientů, 175 poboček a 3000 profesionálních poradců, manažerů, franšizantů a koncipientů. Partners Financial Services je součástí **finanční skupiny Partners**, kterou dále tvoří [Partners investiční společnost](#), nemovitostní fondy [Trigea](#) a [Merity](#) a vydavatelství [NextPage Media](#), které provozuje weby [Peníze.cz](#), [Finmag.cz](#), [Heroine.cz](#) a časopis [Football Club](#). V červenci 2019 se skupina rozrostla o [Simplea pojišťovnu](#), nabízející unikátní životní pojištění, a od června 2021 o penzijní společnost [Rentea](#). Partners v roce 2021 také expandovali na Slovensko pod brandem [Simplea](#). Skupina aktuálně spustila [Partners Banku](#), která klientům nabízí tři unikátní balíčky služeb – osobní, partnerský a pro rodinu. Obrát skupiny v roce 2023 překročil 4 miliardy korun.*