**Nowa kampania Credit Agricole z Dawidem Podsiadło**

**Wata cukrowa, pluszowe bobry, dinozaury z kartonu – Credit Agricole i Dawid Podsiadło udowadniają, że reklama banku może być zabawna i angażująca. Ruszyła kolejna odsłona kampanii promującej „Konto dla Ciebie”.**

Bank Credit Agricole kontynuuje strategiczną współpracę z Dawidem Podsiadło i rozpoczyna wiosenną kampanię. Nowe spoty reklamowe nawiązują do stylistyki internetowych gifów. Dawid Podsiadło, wykorzystując takie „nietypowe” rekwizyty jak: wata cukrowa, pluszowe bobry, czy dinozaury wycięte z kartonu przekonuje, że warto przenieść konto do Credit Agricole. A towarzysząca mu od początku doradczyni – Pani Kasia – wyjaśnia, że cały proces przenoszenia konta jest bardzo prosty i pozwala zdobyć atrakcyjne premie.

Każdy klient, który do 14 lipca założy nowe „Konto dla Ciebie” będzie mógł wybrać jeden z trzech bonusów: do 300 zł premii za przeniesienie konta z wynagrodzeniem, do 300 zł zwrotu kosztów rachunków opłacanych z nowego konta lub 50-procentowy bonus do środków uzbieranych dzięki usłudze CAsaver (maksymalnie do 300 zł). Samo „Konto dla Ciebie” to atrakcyjna oferta za cztery zera: 0 zł za prowadzenie konta, 0 zł za kartę wielowalutową, 0 zł za wypłatę gotówki ze wszystkich bankomatów w Polsce, 0 zł za internetowe przelewy Elixir.

- Rozpoczynając współpracę z Dawidem Podsiadło, dokonaliśmy odmłodzenia wizerunku naszej marki. Mocno skoncentrowaliśmy się na tym, żeby pokazać, że jesteśmy bankiem, który uważnie słucha swoich klientów i dostarcza im takich produktów i usług, jakich naprawdę potrzebują. Dzięki temu uruchomiliśmy już ponad 180 tysięcy nowych "Kont dla Ciebie", znacząco wzrosła rozpoznawalność marki i zwiększyła się liczba aktywnych klientów, a także liczba osób korzystających z naszych kanałów internetowych i aplikacji mobilnej - wyjaśnia Jędrzej Marciniak, wiceprezes Credit Agricole odpowiedzialny za marketing, product development oraz customer intelligence.

Podobnie jak w ubiegłym roku kampanii telewizyjnej towarzyszyć będzie kampania radiowa oraz niestandardowe działania w Internecie. Spoty reklamowe banku pojawią się także w kilku sieciach kinowych.

- Internauci wspaniale przyjęli w zeszłym roku nasze pre-rolle, czyli krótkie, śmieszne filmiki zachęcające do obejrzenia naszych reklam na YouTube. Dlatego tym razem przygotowaliśmy kilka nowych form tego typu. Dodatkowo pojawimy się na Facebooku i Instagramie z kilkoma nowatorskimi kreacjami. Wierzę, że kampania zostanie przyjęta równie dobrze jak ubiegłoroczna, nagradzana nagrodami w prestiżowych konkursach: Kreatura, Golden Arrow, czy Mixx – mówi Barbara Pijanowska-Kuras, dyrektor zarządzająca zintegrowaną komunikacją marketingową i korporacyjną.

Smaczkiem nowej kampanii jest specjalna edycja kart płatniczych Credit Agricole z wizerunkami nawiązującymi do rekwizytów pojawiających się w reklamach. Klienci mogą wybierać spośród dziesięciu unikalnych wizerunków kart, m.in. z bobrami, dinozaurami lub watą cukrową.

Warto przypomnieć, że w ramach współpracy strategicznej z Dawidem Podsiadło, Credit Agricole jest partnerem ostatnich dwóch tras koncertowych artysty: zeszłorocznej „Małomiasteczkowej Trasy” oraz tegorocznego „Wielkomiejskiego Touru”.

Autorem konceptu kreatywnego wiosennej kampanii jest agencja JUST, za produkcję spotów odpowiadał Opus Film, a planowanie mediów jest dziełem Zenith Media. Za działania na Facebooku i Instagramie odpowiedzialna była agencja Bussines Factory, a pozostałe działania w Internecie zrealizowane zostały we współpracy z agencjami Performics, CUBE Group i Programmatic.