

365.bank zaujíma jednoznačný postoj k očkovaniu a spúšťa kampaň na jeho podporu

Očkovanie je dôležitá téma dneška, preto je nevyhnutné o ňom hovoriť. 365.bank, ako dnešná banka, ktorá podporuje kritické myslenie, zaujíma k očkovaniu jednoznačné stanovisko. Vo vakcinácii vidí jedinú účinnú cestu, ako sa vrátiť do nového normálu. Preto spúšťa kampaň na jej podporu s cieľom motivovať ľudí, aby spravili toto dnešné rozhodnutie.

„Banka je inštitúcia, ktorá je autoritou a jej značka môže byť nositeľom hodnôt a formovania postojov. V 365.bank sa nebojíme prezentovať jasný názor, ani pokiaľ ide o celospoločenské témy. Záleží nám na tom, aby sme sa opäť mohli všetci vrátiť do bežných koľají, aby sme obnovili ekonomiku a fungovanie spoločnosti. Jasne sa vyjadrujeme aj proti šíreniu dezinformácií a hoaxov – klamstiev, ktoré úmyselne zneisťujú ľudí a takto im často aj fatálne ubližujú. Preto zaujímame verejný postoj aj k tejto téme. Očkovanie vnímame ako jediný prostriedok návratu do normálu a považujeme za súčasť svojej spoločenskej zodpovednosti o tom hovoriť,“ uvádza Andrej Zaľko, CEO 365.bank.

S cieľom **podporiť myšlienku očkovania** banka zároveň spúšťa v týchto dňoch aj **kampaň**. Jej leitmotívom je práve návrat do normálu. Z dnešného človeka sa totiž stal „človek lockdownový“. So zveličením preto zobrazuje aktuálnu situáciu, keď väčšinu času trávime doma, čo má na nás viaceré vplyvy vrátane spustnutého zovňajška. V spote hrá **spevák Tomáš Hafner** a cieľom kampane je vtipnou, nenáročnou a odľahčenou formou odovzdať dôležité poslanstvo.

Komunikáciu bude banka smerovať do online priestoru, na sociálne siete, v PR, ale aj v rámci svojich interných kanálov. Video pochádza z dielne agentúry **Wiktor Leo Burnett** a divákovi sa v ňom opäť prihovára známy rapper **Branči Kováč alias Vec**.

Očkovanie úzko súvisí aj s témou kritického myslenia, ktoré Trišestpäťka už dlhodobo podporuje. Angažuje sa v oblastiach zameraných **proti šíreniu dezinformácií, konšpirácií a hoaxov**. Očkovanie sa spolu s ďalšími témami súvisiacimi s ochorením COVID-19 stalo doslova živnou pôdou konšpiračných médií a pseudoodborníkov. Banka preto aj v tomto prípade apeluje na **potrebu kritického myslenia**, vyhodnocovania faktov, prijímania informácií z dôveryhodných zdrojov a od relevantných odborníkov.

Aktuálna kampaň je pritom už druhá, v rámci ktorej reaguje 365.bank na situáciu spojenú s pandemiou koronavírusu. Na jar minulého roku totiž reflektovala na myšlienku „ostaň doma“ a vyzvala **verejnosť natočiť jej TV**



spoty z pohodlia svojich obývačiek, príbytkov či záhrad. Ako prvá banka tak využila princíp „crowdvertisingu“ v praxi a spojila tak príjemné s užitočným. Trišesťpäťka si za kampaň Reklamy z obývačky odniesla **Zlatý klinec** v kategórii Kreativita v čase korony.

Vizitka kampane:

Klient: 365.bank, Silvia Wenderlová, Igor Fekiač
Agentúra: Wiktor Leo Burnett
Creative Director: Martin Motáček
Strategy Director: Vladimír Lefík
Art Director: Michal Nemček
Copywriter: Martin Motáček, Kristína Pavlendová
Account Manager: Michal Kopriva
Produkcia: JOJ Production, Katarína Kintlerová, Filip Křížek
Réžia: Roman Stráňai

O 365 bank:

Sme banka pre dnešných ľudí. Veríme, že súčasné technológie nám umožňujú byť pre klienta naozaj užitočnými. Stačí len zapnúť si smartfón. Preto na Slovensko prinášame bankovníctvo, ktoré je postavené na princípe „mobile first“. V centre všetkého, čo robíme, je klient. Bankovníctvo budujeme tak, aby bolo preňho jednoduché, príjemné na používanie a inteligentné. Našou ambíciou je byť takou bankou, ktorú budete chcieť používať každý deň. Viac na www.365.bank

Kontakt pre médiá: Linda Valko Gálíková, PR manažér, e-mail: linda.galikova@365.bank
mobil: +421 910 866 91