

Superbohaterowie też potrzebują ubezpieczenia – nowa kampania Nationale-Nederlanden

Wystartowała nowa kampania Nationale-Nederlanden TUnŻ pod nazwą „Superbohaterowie też potrzebują ubezpieczenia”, która będzie miała trzy odsłony. Bohaterką pierwszego spotu jest dziewczynka w wieku przedszkolnym, która poprzez dziecięce spojrzenie na świat zwraca uwagę swojemu tacie-superbohaterowi na najważniejsze rodzinne i życiowe wartości.

W najnowszej kampanii pozostajemy w dotychczasowej – bardzo dobrze znanej z poprzednich reklam – konwencji "dzieci mówią do rodziców". Tym razem stawiamy na młodsze pociechy, które w szczerzy, otwarty i naturalny sposób zadają nam bardzo często trudne pytania dotyczące własnego bezpieczeństwa oraz przyszłości. Celem pierwszej 30-sekundowej odsłony jest więc zachęcenie mam i ojców do pomyślenia o tak ważnej w życiu sprawie, jaką jest zabezpieczenie siebie i rodziny na wypadek poważnych zachorowań – mówi Joanna Pędzińska, dyrektor ds. komunikacji z klientem w Nationale-Nederlanden.

Po fragmencie z udziałem dziewczynki na ekranie pojawia się Wiktoria – postać znana z wcześniejszych kampanii Nationale-Nederlanden (a także ING Życie). Puentuje ona spot hasłem „Superbohaterowie też potrzebują ubezpieczenia”, które może być jednym z rozwiązań, mającym na celu zapewnienie bezpieczeństwa finansowego sobie, jak i najbliższym.

Nie lubimy rozmawiać, ani myśleć o chorobach i trudno się temu dziwić. Niestety także one są częścią naszego życia. Możemy więc starać się minimalizować ryzyko ich wystąpienia oraz wpływu na naszych bliskich. Dotyczy to zarówno działań profilaktycznych w obszarze zdrowego stylu życia, do których regularnie zachęcamy, jak i ograniczenia oddziaływania choroby na sytuację materialną naszą oraz rodziny – dodaje.

Cała akcja promocyjna obejmuje 3 spoty telewizyjne, które będzie można zobaczyć w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych np.: TVP, Polsat, TVN oraz Internecie m.in.: Onet.pl, Wirtualna Polska, YT, Gazeta.pl i sieci kin: Multikino, NAM. Za kreację odpowiada agencja Scholz & Friends, a produkcję Papaya. Planowanie i zakup mediów realizuje MEC oraz Value Media, zaś obszarem social mediów zajmuje się Brasil. Wszelkie aktywności zaplanowane są do końca kwietnia br.

Spot „Superbohaterowie też potrzebują ubezpieczenia” można obejrzeć pod poniższym linkiem:

<https://www.youtube.com/watch?v=IJdo8Adksj8&feature=youtu.be>

Kontakt:

Marta Pokutycka-Mądrala T: 607 629 812 E: marta.pokutycka-madrala@nn.pl

Krzysztof Pilaszek T: 602 240 259 E: krzysztof.pilaszek@multipl.pl

Nationale-Nederlanden oferuje produkty ubezpieczeniowe, emerytalne i inwestycyjne zabezpieczając finansową przyszłość swoich Klientów i ich bliskich. Jako firma odpowiedzialna społecznie angażuje się również i działa w obszarze istotnych problemów społecznych dotyczących zdrowia i jakości życia Polaków.

Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A. rozpoczęło działalność w Polsce 2 sierpnia 1994 roku na podstawie zezwolenia Ministra Finansów.

Nationale-Nederlanden TUnŻ jest częścią **NN Group N.V.**, spółki notowanej na giełdzie w Amsterdamie, która powstała w wyniku wydzielenia z Grupy ING działalności ubezpieczeniowej i zarządzania aktywami.