

WiZink lanza su nueva campaña: “Tu vida cambia, tus gastos también. Por suerte, WiZink se adapta a ti”

- El banco ha contado con Cheil Spain y Mediacom para su diseño y desarrollo
- Se enfoca en el atributo principal de la tarjeta WiZink, su flexibilidad, que permite elegir cómo pagar en función de las necesidades cambiantes de las personas
- Incluye formatos muy notorios para reforzar la presencia del banco en TV, Exterior y Digital.

Madrid, 4 de junio de 2018. WiZink, el banco especializado en soluciones sencillas de crédito y ahorro ha lanzado su nueva campaña de publicidad bajo el concepto “*Tu vida cambia, tus gastos también. Por suerte, WiZink se adapta a ti*”.

Tu mejor amigo te dice que se casa...
...en Dubai

WiZink
Tu banco sencillez

Tu vida cambia, tus gastos también.
Por suerte, WiZink se adapta a ti.

wizink.es

Aplaza una compra, o todas, o ninguna. Tú eliges.

Esta imagen muestra un anuncio publicitario para WiZink. El fondo es azul claro con un patrón de ondas. En la parte superior izquierda, un hombre y una mujer están hablando. El hombre está señalando hacia el cielo. En la parte superior derecha, el logo de WiZink y el slogan 'Tu banco sencillez'. En el centro, un smartphone muestra la interfaz de la tarjeta de crédito WiZink. En la parte inferior izquierda, el slogan principal 'Tu vida cambia, tus gastos también. Por suerte, WiZink se adapta a ti.' y el sitio web 'wizink.es'. En la parte inferior derecha, el texto 'Aplaza una compra, o todas, o ninguna. Tú eliges.'.

Esta campaña de WiZink, que lanzó su nueva marca en junio de 2016, nace con el objetivo de seguir construyendo su personalidad de banco sencillo, diferente e innovador con un tono de humor fresco y cercano.

En esta ocasión se enfoca en el atributo principal de la tarjeta de crédito WiZink: la flexibilidad. Por eso, la campaña cuenta las historias del día a día de personas comunes, que pasan por algún cambio inesperado en sus vidas y que termina por generarles un gasto imprevisto. Por suerte, son WiZinkers y tienen a su disposición la tarjeta WiZink, que les permite pagar cómo quieran aplazando o no sus compras, en función de sus necesidades cambiantes.

La campaña que se inicia ahora se extenderá hasta el 29 de julio.

Alcance de la campaña

Para incrementar la notoriedad y cobertura, **la campaña contempla acciones especiales en televisión, como** patrocinios de distintos espacios en cadenas nacionales y vídeos en televisiones digitales producidos por las propias cadenas; **mupis y autobuses** en todo el territorio nacional; un formato especial e innovador en la línea 8 del **metro de Madrid; banners display y vídeos** de 20 segundos que se distribuirán a través de **medios digitales y redes sociales**.

La campaña cuenta también con **acciones más tácticas** como pantallas digitales y banners geolocalizados para generar tráfico a los stands de venta de WiZink en **aeropuertos y centros comerciales**. Además, se realizarán **creatividades contextualizadas** aprovechando momentos clave para hacer compras como las rebajas, las vacaciones o el Mundial de fútbol de Rusia.

Para la creación y desarrollo de la campaña, la compañía ha contado con el apoyo de **Cheil Spain** como agencia creativa para diseñar y desarrollar la campaña de lanzamiento y de **Mediacom** para la planificación y compra de medios.

Sobre WiZink

WiZink es un banco especializado en soluciones sencillas de crédito y ahorro para dar respuesta a las necesidades del día a día de los clientes.

El banco, con ficha bancaria propia, cuenta con un modelo de especialización único en el mercado: es un banco sin sucursales, complementario a la entidad donde los clientes tienen el resto de sus productos bancarios y que capta a sus clientes directamente a través de sus canales especializados (online/stands y telefónico). Además, a través de acuerdos con partners estratégicos, ofrece tarjetas de crédito co-branded adaptadas a las necesidades de sus socios.

Contacto para medios de comunicación:

Departamento de Comunicación Corporativa de WiZink
Lucía Galmán / - prensa@wizink.es / 639 27 97 48

Sobre Cheil Spain

Cheil Spain pertenece a Cheil Worldwide Inc., la mayor agencia de publicidad de Corea del Sur y una de las mayores compañías de servicios globales de marketing del mundo, con 52 oficinas en 43 países de todo el mundo. Ideas that move. Cheil Spain combina el conocimiento de la tecnología y la creatividad para alcanzar ideas relevantes que conecten marcas con personas. Lleva presente más de 8 años en nuestro país y cuenta con un equipo de más de 90 personas. Para más información, puede visitar www.cheil.com

Contacto para medios de comunicación:

Beatriz Chapaprieta / - bchapaprieta@odcomunico.com

Sobre MediaCom

MediaCom es "The Content + Connections Agency", que trabaja en nombre de sus clientes para aprovechar el sistema completo de comunicaciones de sus marcas a través de canales pagados, propios y ganados, para ofrecer un cambio radical en sus resultados comerciales. MediaCom es uno de los principales especialistas en comunicaciones de medios del mundo, con una facturación de 33 mil millones de dólares (Fuente: RECMA, junio de 2017), que emplea a 7.000 personas en 130 oficinas en 105 países. Su lista global de clientes incluye: Dell, Coca-Cola (TCCC), Mars, NBC Universal, P & G, PSA, Sony, Shell y Richemont.

Entre las principales marcas a las que MediaCom da servicio en España están, PSA, Opel, Sony, PlayStation, Arias, Danone, RIU, Richemont, Siemens, Ryanair, Sky, Wizink, iRobot, Revlon, Elizabeth Arden, Pernod Ricard, etc.

En febrero de 2018, MediaCom fue nombrada Adweek Global Media Agency of the Year. Título que se suma a los tres reconocimientos como la Red del Año en 2017 por la revista Campaign, en los Premios M & M 2017 (un galardón que ha ganado siete veces en nueve años) y en el Festival of Media Global Awards 2017 (donde la agencia alcanzó un récord de 18 premios). Es la primera vez que una red de agencias tiene los cuatro títulos a la vez.

MediaCom es miembro de WPP, el grupo de servicios de comunicaciones de Marketing más grande del mundo, y parte de GroupM, la cabecera de agencias de medios de WPP que gestiona las inversiones de sus anunciantes. Para más información visita www.mediacom.com y www.mediacomspana.com

Sobre GroupM

GroupM es la compañía líder a nivel mundial en gestión de inversiones en medios para las agencias de medios de WPP, incluidas Mindshare, MediaCom, Wavemaker, Essence y m / SIX. Responsables de más de 108 mil millones de dólares en inversión anual en medios por parte de algunos de los anunciantes más grandes del mundo. Las agencias de GroupM ofrecen una ventaja a los clientes con una percepción inigualable de los mercados de medios y el público consumidor. GroupM habilita a sus agencias y clientes con experiencia comercial, datos, tecnología y una variedad de servicios especializados que incluyen 'addressable' TV, contenido y deportes. GroupM trabaja en estrecha colaboración con el grupo de gestión de inversiones de datos de WPP, Kantar, y juntos representan casi el 50% de los ingresos del grupo WPP de más de 19 mil millones de dólares.

Contacto para medios de comunicación:

Majé López - Directora de Comunicación de MediaCom España y CEO de Bluechip Comunicación / T.: 91 736 10 00