

Aspettando #GrandPrix30

INTERVISTA A LUCA PRINA, DIRETTORE CENTRALE MARKETING E COMUNICAZIONE DI CHEBANCA!

Al GrandPrix Advertising Strategies il Premio 'Comunicazione e Innovazione CheBanca!'

Il riconoscimento, all'esordio, sarà consegnato nel corso della serata organizzata il prossimo 24 maggio da TVN Media Group presso il Teatro Nazionale CheBanca! di Milano

di *Andrea Crocioni*

Il prossimo 24 maggio sarete protagonisti all'International GrandPrix Advertising Strategies con l'istituzione del Premio Speciale 'Comunicazione e Innovazione CheBanca!'. Con che finalità nasce questo riconoscimento?

Questo premio nasce per premiare chi si è saputo distinguere nella propria professione dimostrando grande vivacità e reattività, cavalcando o anticipando le principali trasformazioni del mercato. Il tutto con uno stile di comunicazione fortemente relazionale e coinvolgente.

Quali criteri vi stanno guidando nella scelta del vincitore?

Sarà valutata la capacità di concepire l'innovazione come driver di crescita e la capacità di raccontarla con un linguaggio attuale.

CheBanca! in meno di dieci anni è riuscita a diventare emblema di un modo nuovo di fare banca. Cosa significa oggi essere innovativi?

Innovare significa rispondere meglio ed in modo più efficace ai bisogni delle persone. Chi si occupa di marketing e di innovazione deve sempre partire dal cliente per concentrarsi

sulle sue emozioni e sui suoi comportamenti. L'innovazione non va cercata solo nel prodotto ma anche nella relazione. La tecnologia, la digitalizzazione e la omni-canali diventano 'leve di business' per rendere efficiente e 'memorabile' l'esperienza del cliente. Tutti ingredienti della Human Digital Strategy di CheBanca!: un Dna innovativo e digitale ma da sempre vicino alle persone. Un ecosistema semplice, completo e realmente multicanale, grazie al quale ciascun cliente può dialogare in ogni momento con la Banca nella modalità più adatta e sulla base della specifica esigenza.

In questi anni, nonostante i successi ottenuti, non vi siete mai 'seduti', proponendovi come alferi del cambiamento?

CAPACITÀ DI INNOVAZIONE E CULTURA FINANZIARIA: LA NOSTRA PROSPETTIVA PER I TUOI RISPARMI.

SCEGLIERE I PRODOTTI DI RISPARMIO DESTINATI E LA CONSULENZA DI CHEBANCA! SIGNIFICA GUARDARE AI MERCATI DA UNA PROSPETTIVA PRIVILEGIATA. L'UNICA CHE UNISCE LA CAPACITÀ DI INNOVAZIONE DI CHEBANCA! ALLA SOLIDITÀ E PROFESSIONALITÀ DEL GRUPPO MEDIOBANCA.

SCOPRI COME ENTRARE NEL MONDO DI CHEBANCA!
chebanca.it | 848.44.44.88 | filiale

CheBanca!
Gruppo Mediobanca
THE HUMAN DIGITAL BANK

La nuova campagna di riposizionamento strategico



Luca Prina

to in un settore come quello finanziario, di norma molto conservatore. Come intendente comunicare i prossimi passi di CheBanca!?

CheBanca! torna in comunicazione con un format completamente nuovo che sancisce la sua nuova missione di banca dedicata alla gestione degli investimenti e del risparmio. Negli ultimi anni CheBanca!

è cresciuta sia in termini dimensionali sia per la varietà delle soluzioni offerte. Il nostro obiettivo è sempre stato diventare la banca di riferimento per i clienti rispondendo efficacemente a tutte le loro esigenze finanziarie. L'ultima fase di questo percorso è l'ingresso nel mondo del wealth management annunciato con il piano Triennale del Gruppo Mediobanca. La nuova campagna incarna perfettamente questa nuova fase della vita di CheBanca!: elegante, essenziale, autorevole ma al tempo stesso capace di parlare in modo diretto ai nostri clienti. Una campagna assolutamente nuova rispetto allo stile che da sempre ci ha contraddistinto, che vuole sottolineare in modo forte la nostra nuova mission: per la prima volta abbiamo voluto valorizzare l'importanza di appartenere a un Gruppo che può vantare competenze e solidità uniche sul mercato. La campagna prevede la declinazione del concept creativo sull'intero ecosistema comunicazionale italiano.