

Christoph Waltz spagettivel és arcápolással ad öngondoskodási tippeket

Allianz Hungária Zrt.

Az Allianz új Magyarországon is futó kampánya a pénzügyi és biztosítási tudatosság fontosságára irányítja a figyelmet

Vajon mi lehet a közös egy összeszerelésre váró bútorban, egy ruhákkal teli bőröndben, a reggeli arcápolási rutinban és egy tál paradicsomos spagettiben? Mindez kiderül az Allianz nemrég indult nemzetközi, pénzügyi és biztosítási tudatosságot támogató kampányából, mely most már Magyarországon is elérhető. A „Start making Cents, azaz Az öngondoskodó” című kampány reklámfilmsorozatában a kétszeres Oscar-, Golden Globe- és BAFTA-díjas színész, Christoph Waltz a főszereplő, akit olyan filmekből ismerhetünk többek között, mint a Becstelen brigantyk és a Django elszabadul.

Christoph Waltz jellegzetes színészi játékát az Allianz kisfilmjeiben is megcsillogtatja, amelyekben könnyed, humoros formában, hétköznapi élethelyzetekre vetített példákön keresztül mutatja meg, miért fontos a pénzügyi és biztosítási tudatosság. A videók magyar felirattal is megjelennek, és olyan témákat dolgoznak fel egyszerű, közérthető formában, amelyek az öngondoskodás esszenciái. Miért érdemes minél előbb elkezdni az öngondoskodást? Mekkora kockázatot érdemes vállalni? Mitől lesz fenntartható a befektetés? Hogyan érdemes elosztani a pénzünket és miért érdemes türelmesnek lenni? „Az Allianz a pénzügyi edukációs platformjával és az annak a részét képező videókkal szeretné segíteni az embereket a pénzük kezelésében, hogy hosszú távon

gondoskodhassanak önmagukról, és ezáltal az életminőségük is javuljon. Ennek elérésében pedig a lakosság pénzügyi ismereteinek fejlesztése kulcsfontosságú” – emeli ki Füle Enikő, az Allianz Hungária marketing szakértője a kampány indítása kapcsán.



Az Allianz szakértői szerint a pénzügyi tudatosság terén minden olyan országban van még hova fejlődni, ahol az Allianz jelen van, és ez a magyar lakosságra is igaz. Éppen ezért az Allianz Magyarországon a videós kampányt követően további tartalmakkal, még szélesebb körben folytatja az edukációt. A biztosítótársaság célja a figyelemfelhíváson és az ismeretek átadásán túl, hogy rámutasson, az öngondoskodás terén az Allianz mint Európában piacvezető, stabil háttérrel rendelkező szolgáltató hogyan támogathatja az embereket jövőjük biztosításában. Továbbá, hogy minden olyan eszközt megadjon számukra, amelyekre szükségük van ahhoz, hogy megalapozott pénzügyi döntéseket hozzanak ezekben a kihívásokkal teli időkben.

A kampány itthon a Christoph Waltz főszereplésével készült videók publikálásával, valamint a magyar lakosság pénzügyi tudatosságát vizsgáló felméréssel indul. További szakaszaiban közösségi média tartalmak mellett bannerek és cikkek formájában online médiumok felületein, valamint videómegosztókon is találkozhat a lakosság a kampány elemeivel. A „Start making Cents, azaz Az öngondoskodó” című kampány videóit megtekinthetők és a kutatás kitölthető az alábbi linken:

https://allianz.hu/hu_HU/lakossagi/rolunk/start-making-cents.html

A nemzetközi kampány hazai adaptálását az Allianz Hungária megbízásából a Havas Village Budapest, az Essence MediaCom Magyarország és a Morpho ügynökségek koordinálják.

Christoph Waltz spagettivel és arcápolással ad öngondoskodási tippeket