

BNL BNP PARIBAS A MISURA DI CLIENTE

La Banca lancia una nuova campagna di comunicazione ispirata alla strategia “Trusted Companion”, per accompagnare la clientela in un mondo in continua e rapida trasformazione, che può sembrare fuori misura

La fiducia come valore su cui continuare ad investire per rafforzare la relazione banca-cliente e meritare di essere un punto di riferimento affiancando persone, famiglie ed imprese nel soddisfare le loro esigenze dando vita alle loro progettualità.

Una vera e propria strategia valoriale, ancor prima che commerciale, che BNL BNP Paribas già attua verso i propri clienti e che oggi porta anche sullo schermo, per parlare a tutti coloro che ogni giorno si confrontano con un contesto spesso “fuori misura”.

La considerazione di base è che le trasformazioni economiche e sociali sono tali da poter a volte disorientare i clienti, che non trovano facilmente la soluzione adatta a loro.

Elena Goitini, Amministratore Delegato di BNL e Responsabile BNP Paribas in Italia: «“Trusted Companion”, essere cioè partner di fiducia dei clienti, è la nostra missione ed ambizione, consapevoli che fare banca significhi prima di tutto ascoltare in modo attivo per rispondere poi, concretamente, con soluzioni capaci di accompagnare i clienti nel nuovo contesto. Lavorare per meritare di essere il Trusted Companion della nostra clientela significa investire per una banca sempre più moderna, connessa e presente, una Banca integrata nel sistema Paese e di supporto alle grandi transizioni».

BNL BNP Paribas punta, pertanto, sul valore della consulenza, grazie sia ai suoi esperti nei diversi business – retail banking, private e corporate banking – sia attraverso lo scambio e le sinergie con i team di specialisti delle società di BNP Paribas in Italia e del Gruppo a livello internazionale. Tutto ciò mettendo a disposizione una piattaforma di servizio che comprende le 5 Direzioni Territoriali e la Rete dei consulenti patrimoniali «Life Banker» a presidio della prossimità e la Direzione Territoriale Direct, oggi sempre più attiva per accrescere le interazioni da remoto con la Banca tramite home e mobile banking.


Lo spot presenta situazioni palesemente “fuori misura”: un'enorme penna per firmare un contratto come simbolo della fatica e disparità che un cliente può vivere di fronte a soluzioni non in linea con le sue esigenze, poco comprese e condivise; un mazzo di chiavi gigante che rende difficile aprire la porta della casa dei sogni di una giovane coppia; un ingresso troppo piccolo per entrare in un edificio dove chiedere una consulenza, a segnalare l'inaccessibilità di un certo tipo di servizi finanziari.

A fronte di questa logica, BNL BNP Paribas si propone come player bancario forte di 110 anni di esperienza, parte di un Gruppo che è la prima banca della Zona Euro per capitalizzazione, per essere la #LaBancaATuaMisura.

Un messaggio ulteriormente valorizzato dalla presenza, nel video, di alcuni colleghi che si sono cimentati come attori, portando sul set la loro appartenenza a BNL BNP Paribas e il loro vissuto professionale.

La piattaforma creativa è stata realizzata dall'agenzia TBWA Italia; lo spot, con la città di Roma come set, è on air dal 14 gennaio con una programmazione sulle maggiori reti televisive oltre ad un'ampia pianificazione digitale.

BNL BNP Paribas, con 110 anni di attività, è uno dei principali gruppi bancari italiani, presente su tutto il territorio nazionale. Offre un'ampia gamma di prodotti e servizi per soddisfare le molteplici esigenze dei propri clienti (privati, imprese e PA). È dal 2006 in BNP Paribas, Gruppo presente in 64 paesi, con più di 184.000 collaboratori, di cui oltre 145.000 in Europa, dove opera in quattro mercati domestici: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo. BNP Paribas detiene posizioni chiave nei suoi grandi settori di attività: “Commercial, Personal Banking & Services”; “Investment & Protection Services” e “Corporate & Institutional Banking”. BNL BNP Paribas è particolarmente impegnata, come tutto il Gruppo, sul fronte della sostenibilità economica, sociale ed ambientale; una strategia di #PositiveBanking che sintetizza l'ambizione della Banca di generare, attraverso il proprio business, un impatto positivo su clienti, collaboratori e sulla collettività intera, contribuendo ad un futuro più sostenibile.

Media Relations: Maurizio Cassese +39 06.42925362 press.bnl@bnpparibas.com  @BNL_PR



BNL
BNP PARIBAS

La banca
per un mondo
che cambia