



## Itaú lanza su campaña Bankennials consolidando su liderazgo en la banca digital

Buenos Aires 2 de noviembre de 2017- Itaú, el banco privado más grande de América Latina, presenta su nueva campaña **Bankennials**, orientada a mostrar las facilidades y comodidades que ofrece el banco a través de sus canales digitales.

Acompañando la transformación del sector, el avance tecnológico y la modificación de conductas de consumo actuales, se presenta con esta campaña una propuesta innovadora que forma parte de un conjunto de soluciones cuyo foco es el cliente. La app **Itaú Argentina** nuclea todas las funcionalidades que permiten que los clientes puedan entrar al banco cuando quieran, sin ir a la sucursal.

Carolina Belzunce, Gerente de Marketing de Itaú Argentina, cuenta que este producto es el fruto de un intenso trabajo de “un equipo que involucró varias áreas del banco para definir lo que queríamos transmitir. Liderado por marketing y comunicaciones, en esta propuesta participaron desde el gerente general y directores, hasta las áreas de banco digital, beneficios, negocios, customer experience, sucursales y call center”.

El [comercial](#) muestra que hoy los consumidores digitales no tienen diferenciación de edad y cómo fueron incorporando a su día a día nuevas formas de consumir y de relacionarse digitalmente, creando nuevos hábitos que ya han sido asimilados como parte de su cultura. Itaú los acompaña estando cerca y ofreciéndoles productos y servicios que se adaptan a sus nuevos hábitos.

Para ver el comercial ingresar al canal oficial de Itaú Argentina:

<https://www.youtube.com/channel/UCWRPAbzBVzaoRnfWmnhaXBg>

“Apuntamos a personas de actitud joven, activas, sociales, seguidoras de tendencias, preocupadas por el medio ambiente, que tienen un propósito en la vida, valoran el tiempo personal y ven en el banco un socio para solucionar de modo práctico su día a día”, expresa Carolina Belzunce, Gerente de Marketing y RRII de Itaú Argentina.

Itaú es **uno de los bancos más grandes de Latinoamérica**, siendo la marca más reconocida de Brasil. La expectativa es que las personas eleven su conocimiento de la voz, experiencia y propuesta de Itaú en Argentina.

La inversión en esta campaña abarca más del 35% del total del presupuesto de marketing anual y representa un paso importante hacia el posicionamiento de marca 2018. El



objetivo de la campaña es alcanzar un 80% de cobertura y más de 30 de frecuencia en el target. Se apuntó a medios de cable, Radio, VP, Cine, Medios Online y Redes Sociales.

Los medios digitales y redes sociales representan más del 28% de la inversión total en medios, siendo una apuesta muy fuerte para lograr interacciones y aumentar el engagement. En medios sociales, el objetivo es interactuar con situaciones divertidas sobre el mundo digital para generar mayor reconocimiento.

“Somos un banco que pone en el centro al cliente. Somos digitales porque nuestros clientes son digitales”, así explica Belzunce a su target objetivo, bankennial no es un nativo tecnológico, “por eso decimos que **Bankennial no nacés, te hacés, porque para Itaú ser Bankennial no es una cuestión generacional sino de actitud**”.

La novedad que se incorpora en esta campaña es la nueva App **Itaú Argentina**, y a su vez se comunican los servicios de depósito virtual de cheques para empresas (pymes y emprendedores), la nueva app de operaciones para empresas Itaú Empresas Ar y el nuevo Home Banking de personas lanzado hace pocos meses.

#### **FICHA TÉCNICA DE LA PIEZA**

Bankennials

Anunciante: Itaú Argentina

Compañía productora: A U S T R I A

Dirección: Sebastián Sánchez

DOP: Manu Bullrich

Productor general: Juan Manuel Menvielle

Producción ejecutiva: Juan Manuel Menvielle

Equipo Itaú: Carolina Belzunce, Silvia Costa, Sebastián Lutz, Evangelina Escribano.

Edición: Carolina Grgurevic

Post: Wolf VFX

Post Prouctor: Ignacio Parodis

Sonido: ANIMAL MUSIC

Banda musical: ANIMAL MUSIC

#### **Acerca de Itaú**

Itaú Argentina es la filial local de Itaú Unibanco, el banco privado más grande en América Latina, con sede en Brasil. Con 90 años de historia, Itaú Unibanco ofrece una amplia gama de productos y servicios bancarios a través de sus segmentos: banca comercial (individuos y pequeñas empresas); banca mayorista (empresas medias, corporate y investment banking). Está presente en 19 países, en las Américas, Europa y Asia. Con más de 93.000 colaboradores, 5.000 sucursales y alrededor de 28 mil cajeros automáticos en los países en los que opera, Itaú Unibanco es parte del Dow Jones Sustainability World Index por 15 años consecutivos.