Стартовала весенняя рекламная кампания Газпромбанка для продвижения розничных продуктов.

Лицом кампании, как и ранее, выступает амбассадор бренда, режиссер и киноактер Фёдор Бондарчук. На 15 федеральных каналах уже транслируется ролик о рефинансировании потребительских кредитов, в 15 городах на 283 диджитальных поверхностях размещена наружная реклама. Кроме того, предусмотрено продвижение в интернете, в том числе с помощью видео на YouTube и баннеров в социальных сетях, с запланированным количеством показов 100 млн на аудиторию 18-55 лет.

В новой серии роликов вместе со своим другом и коллегой, режиссером Дмитрием Грачевым, Фёдор Бондарчук отправляется к месту съемок на автомобиле вместо более привычного самолета. На глазах зрителя он переживает трансформацию: скепсис вечно спешащего, успешного городского жителя, ценящего в поездке скорость и комфорт передвижения, сменяется любопытством; он выходит из повседневности, переживая объемные, неожиданные или давно забытые эмоции. Герои роликов транслируют активность, открытость, единение, иронию и неподдельную химию дружеского общения.

Помимо ролика о рефинансировании, в серию входят сюжеты о кредите наличными и накопительном счете. Все они показывают, что розничные продукты позволяют клиентам быстро решать повседневные задачи, копить эмоции и впечатления, делая жизнь удобнее, легче и ярче. Впервые за всю историю производства рекламных роликов Банка идея была сформирована внутри — сотрудниками «креативной фабрики» Департамента коммуникаций и маркетинга.