

Genworth Financial lanza su campaña de marca en Reino Unido, Irlanda, Alemania, Italia y España

Londres, 15 de mayo de 2007 – Genworth Financial, compañía líder de seguros financieros, acaba de lanzar su primera campaña europea de publicidad de marca con el lema “Think it possible”.

La innovadora campaña, desarrollada por McCann Ericsson en Londres, se desmarca del enfoque tradicional de la comunicación de los servicios financieros: mientras la mayoría de las compañías venden sus seguros enfatizando el lado negativo del riesgo, Genworth se centra en ayudar a sus *partners* a hacer crecer sus negocios ofreciéndoles oportunidades. En un esfuerzo por mostrar un acercamiento más actual hacia los seguros, la creatividad publicitaria se hace sencilla, original y comprometida.

Genworth está realizando la campaña en cinco países europeos – Reino Unido, Irlanda, Alemania, Italia y España. Desde el día 10 de mayo, los anuncios publicitarios se emiten en cadenas de televisión de España y Reino Unido (en concreto en España en el canal Golf + y en Reino Unido en Sky Sports). Los anuncios en prensa se publicarán en los principales medios financieros de estos cinco países. De manera complementaria, la publicidad de Genworth podrá verse también en paneles publicitarios en los aeropuertos de Frankfurt, Milán Linate, Madrid Barajas y Londres.

“La mayoría de las empresas aseguradoras adoptan se inclinan más por una línea tradicional para desarrollar sus campañas de marca”, explica Javier Diez-Aguirre, director internacional de marca. “Ésta no es la filosofía de Genworth ni con nuestra promesa de ofrecer a nuestros clientes un nivel de servicios que vayan más allá que los que ofrecen nuestra competencia. Nuestra campaña es ingeniosa, divertida y excitante, el mensaje es

sencillo: ayudamos a nuestros clientes a aprovechar al máximo cada oportunidad”, añade Diez-Aguirre.

“Lo que más me gusta de esta campaña es que supera las barreras culturales y se traduce y adapta perfectamente en todos nuestros mercados. Esto resulta especialmente importante para nosotros, ya que refleja nuestra propia manera de acercarnos al negocio haciendo uso de nuestra *expertise* y de la experiencia global de nuestros equipos locales para convertir la campaña en relevante y útil en sus mercados”.

Sobre los anuncios

Con un llamativo fondo blanco como elemento común, los dos personajes que aparecen en los anuncios aportan interesantes soluciones para lo que parecen ser escenarios “imposibles “. La televisión y la prensa son una metáfora de cómo es posible salvar las barreras y descubrir las oportunidades analizando los problemas desde una perspectiva diferente.

El primer anuncio de TV, “La Montaña”, muestra (literalmente) cómo es posible mover montañas modificando únicamente el punto de vista. La ingeniosa idea de uno de los personajes consiste en mover la cámara para que la montaña aparezca en el lugar deseado por el otro personaje.

En el segundo anuncio, “See Saw”, uno de los personajes encuentra la manera de crear un equilibrio que muestre cómo Genworth puede influir en las decisiones de trabajo a favor de sus clientes. Ambos anuncios aparecen tanto en la prensa como en paneles publicitarios. Todo ello conduce al público a una tercera dimensión, bajo el lema “Piensa que es posible”: www.thinkitpossible.com. En este link podrá obtener información adicional acerca de la filosofía de Genworth, también se puede consultar en www.genworth.com

El sencillo estilo de las animaciones en blanco y negro, desarrollado por Russell Broke en Passion Pictures, proporciona no sólo un contraste frente a la sobriedad del sector, sino también el enfoque original y fresco de una compañía de servicios financieros líder en el sector, global e independiente.

Los detalles de la campaña puede consultarse en el siguiente link:

www.thinkitpossible.com

Acerca de Genworth Financial

Genworth Financial es una compañía líder de seguros financieros que se enfoca en cubrir las necesidades para las rentas de jubilación, la protección del estilo de vida y los seguros hipotecarios y de inversión de más de 15 millones de clientes en 25 países. En Europa, Genworth se asocia con bancos, agentes, intermediarios y otras instituciones financieras para desarrollar la protección de pagos y seguros de crédito hipotecario y otros productos para adaptarse a los mercados locales. Para más información, visite www.genworth.com.

###

Para más información:

Guy Genney
+44 20 8 380 3786
Guy.Genney@genworth.com

Albert Concepción
Ulled Comunicación- Gabinete de comunicación de Genworth Financial en España
+34 915640496
aconcepcion@ulled.com