



El Banc Sabadell captó 300.000 nuevos clientes con la Cuenta Expansión

Pep Guardiola vuelve a protagonizar la nueva campaña publicitaria de la entidad

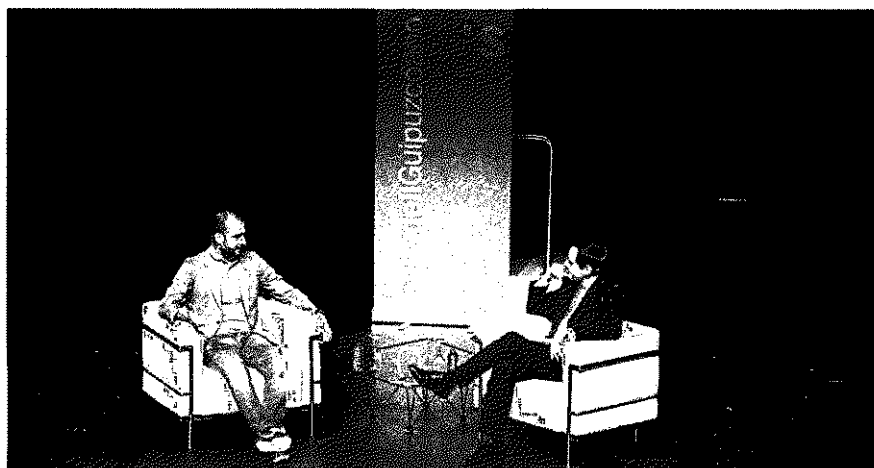
J. MARTÍN

La relación entre el Banc Sabadell (BS) y Josep Guardiola, el entrenador del FC Barcelona, está resultando de lo más provechosa para la entidad financiera.

La primera campaña de la Cuenta Expansión, que él protagonizó, se saldó (finales del 2010) con 300.000 nuevos clientes: 250.000 particulares y 50.000 empresas.

En palabras de Ramon Domènech, director de Màrketing del BS, «buena parte de este crecimiento se debió, sin duda, a la campaña publicitaria protagonizada por Pep Guardiola».

«Los estudios de mercado que hemos realizado añaden claridad que el conocimiento de nuestra marca, especialmente en el segmento



Pep Guardiola con Ramon Rovira en la presentación de SabadellGuipuzcoano en Donostia

de particulares, se triplicó en toda España con la campaña, haciendo posible que obtuviésemos crecimientos signi-

ficativos incluso en aquellos mercados -como Catalunya o Asturias- en los que ya somos la entidad de referencia, y en

los que pensábamos que habíamos tocado fondo».

Ahora, se pone en marcha la segunda campaña de la Cuen-

ta Expansión con Pep Guardiola nuevamente como protagonista. El 'spot' sigue el mismo hilo argumental de la primera, evidenciando que Mario, gracias a los consejos que le dio su entrenador personal, Guardiola, ha alcanzado ya sus objetivos profesionales.

Además de los medios habituales (TV, radio, prensa e internet), la campaña también se trasladará a las redes sociales, con la idea de repetir el éxito de la primera oleada, cuando el canal del BS llegó a ser el más visto en YouTube España.

La campaña cuenta con una versión en euskera debido a la reciente integración del Banco Guipuzcoano en el Banc Sabadell y al lanzamiento de la marca 'SabadellGuipuzcoano' en el País Vasco, Navarra y La Rioja ■