

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 05.05.2009 r.

ING Bank Śląski uczy oszczędzać

Warto oszczędzać. Tak było, jest i będzie – przekonuje ING Bank Śląski w najnowszej reklamie. Celem kampanii Banku jest zachęcenie Polaków do oszczędzania.

W najnowszej reklamie ING Bank Śląski chce namówić Polaków do zmiany dotychczasowych przyzwyczajeń i zerwania z życiem ponad stan. Kampania pokazuje oszczędzanie jako ponadczasową wartość, zawsze aktualną i wskazaną niezależnie od panującej koniunktury, mody czy stylu życia.

Podstawowym medium wykorzystywanym w kampanii będzie telewizja.

Tytuł kampanii: Warto oszczędzać. Tak było, jest i będzie.

Czas trwania: od 03.05.2009r.

Cele komunikacyjne:

- zachęcenie Polaków do oszczędzania i pokazanie oszczędzania jako wartości ponadczasowej, aktualnej niezależnie od koniunktury,
- ugruntowanie wizerunku ING Banku Śląskiego jako banku do oszczędzania i podkreślenie kompetencji w pomnażaniu oszczędności.

Obecnie Bank oferuje klientom indywidualnym 4-miesięczną eLokatę 5,5% w skali roku oraz 3-miesięczną lokatę 5% w skali roku.

Biuro Prasowe ING Banku Śląskiego

Miłosz Gromski

T 22 820 40 93

M 663 151 649

E milosz.gromski@ingbank.pl

ING Bank Śląski jest jednym z największych banków w Polsce, który obsługuje zarówno klientów indywidualnych, jak i podmioty gospodarcze. Rozbudowana sieć 440 placówek, ponad 670 bankomatów i 360 wpłatomatów, szeroka oferta kart płatniczych oraz internetowy dostęp do kont osobistych i firmowych stanowi nowoczesną ofertę i platformę współpracy z pozostałymi podmiotami Grupy ING. Grupa ING jest wywodzącą się z Holandii, globalną instytucją finansową świadczącą usługi z zakresu bankowości, ubezpieczeń i zarządzania aktywami dla klientów detalicznych i korporacyjnych w ponad 50 krajach. Zatrudnia ponad 114 tysięcy pracowników w wielu znakomitych firmach, które obsługują swoich klientów pod marką ING.