

InfoMonitor pracuje nad swoją marką wspólnie z agencją reklamową Men At Work

2009-11-06 15:42:39

InfoMonitor (BIG) współpracuje z agencją reklamową Men at Work, która tworzy dla niego nową komunikację marketingową. W projekcie brał udział także Michał Soroczyński, który pracował nad strategią i pozycjonowaniem marki. InfoMonitor zamierza zmienić postrzeganie biur informacji gospodarczej, które kojarzone były z tzw. czarnymi listami i z komunikacją komorniczą. Nowe hasło komunikacyjne BIG Miej oko na dłużników przemawia do biznesmenów. W przekazach podkreślane jest również stwierdzenie, że każdy przedsiębiorca powinien pilnować swoich pieniędzy i sprawdzać kontrahentów tak skutecznie, jak robi to system bankowy. BIG InfoMonitor jest silnie związany z sektorem bankowym i finansowym.

Agencja Men At Work pozwoliła nam spojrzeć świeżym okiem na sposób komunikowania się naszej marki z klientami. Odchodzimy od dotychczasowego wyłącznie poprawnego wizerunku BIG InfoMonitor na rzecz proaktywnego działania i współdziałania z klientami. Uważam, że bezpośrednia interakcja z klientami i skrócenie dystansu spowoduje zwiększenie zainteresowania naszych klientów odpowiednim poziomem zabezpieczeniem i skutecznymi sposobami na odzyskanie długów od dłużników. Dzięki twórczym i odważnym pomysłom agencji chcemy pokazać, że sprawdzanie kontrahentów oraz odzyskiwanie należności powinny być standardowymi działaniami każdej firmy, która dba o własne finanse **mówi Marcin Ledworowski, Wiceprezes Zarządu InfoMonitor BIG.**

Udział w promowaniu tak jednoznacznie pozytywnej usługi daje Agencji satysfakcję podobną do tej, jaką odczuwa się tworząc kampanie społeczne. Wystarczy bowiem zrozumieć, że bezpieczeństwo we współpracy między firmami, to jeden z kluczowych warunków rozwoju. Stąd naszym celem było poinformowanie przedsiębiorców, że InfoMonitor, to nie tylko sposób, by zmotywować dłużnika, ale także by uwiarygodnić kontrahenta zanim nawiąże się z nim współpracę. Rzadko kiedy rozstrzygnięcie jest tak oczywiste - koszt kilku złotych wobec potencjalnie nieściągalnej należność- **mówi Marcin Gawęcki, Prezes Men at Work.**

InfoMonitor stawia na spójność i konsekwencję. Nowa komunikacja będzie wykorzystywana we wszystkich kanałach: od materiałów sprzedażowych i edukacyjnych po reklamę prasową i internetową.