

## **Specyfika reklamy usług sektora bankowego w Polsce**

**Marta Kacprzak**

Niniejszy artykuł przedstawia ogólne założenia konstruowania reklam w ramach strategii komunikacji instytucji finansowych (banków) z konsumentem. Opisane zostały podstawowe cele, jakie może wyznaczać nadawca oraz bardziej szczegółowe wynikające z jego bieżącej sytuacji, przedmiotu reklamy. Wskazano również podstawowe czynniki wpływające na motywację w podejmowaniu decyzji odnośnie korzystania z produktów finansowych. Konstrukcja przekazu została przeanalizowana w oparciu o wytyczne odnośnie reklamowania usług bankowych, dobór mediów, wartości przekazywane w reklamie, nadawcę i wpływ sezonów na intensyfikację podejmowanych działań.

**Słowa kluczowe:** reklama, bank, media, bohater w reklamie

### **The specification of advertising in the banking sector in Poland**

This article presents the general assumptions in the construction of advertising communication strategy of financial institutions (banks) with the consumer. Article is describing basic objectives of the sender and more specific goals which are related with the current situation, the subject of advertising. It also identifies the main factors influencing the motivation in making decisions about the use of financial products. The construction of advertising was analyzed on the basis of guidelines for the banking ads, media selection, the values passed in the ad, the broadcaster and the impact of seasons on the intensification of actions.

**Keywords:** advertising, bank, media, hero in advertising