

# mercadotecnia publicidad medios **Merca2.0** **El ataque de los bancos**

por GIORGIO BOLFINO en 30-09-2013



Santiago, Chile.- Llega la primavera al hemisferio sur y las ganas de salir, divertirse e interactuar con el mundo se exacerbaban en la población. Es el minuto exacto para que los bancos comiencen su acercamiento y eso se hace por medio de nuevas campañas de publicidad o nuevas versiones de las antiguas.

Mientras que Banco Falabella continúa con su mensaje en el que asegura su honestidad “mirándote a los ojos” y marca la diferencia de atención con otras entidades, Banco Santander inicia su campaña “Sano de lucas” (“lucas” es una forma coloquial de referirse al dinero) con un comercial que nos recuerda qué sucede cuando “Canta Gardel” (día de pago) e invita a entrar al sitio web Sano de lucas para conocer las respuestas básicas sobre problemas concretos en relación al dinero (emprendimiento, cesantía, inversiones, etc.)

Por otra parte, el Banco de Chile acaba de publicar un comercial en el que recuerda a la población la solidez de la marca (la que ya ha sido reforzada durante años por su participación constante en la Teletón), señalando la investigación de Standard & Poor's, a la vez que hace un paralelo con las imágenes únicas del país, para lograr identificación y confianza en su liderazgo.

Asimismo, BancoEstado, nos recuerda que “somos lo más importante” para la entidad, por medio de un comercial más cercano con el común de la población, con una banda sonora que rescata un antiguo éxito hispano (“Eres”).

No hay mucha novedad (quizás algo en el comercial de Gardel) no puede haberla, pero el refuerzo de conceptos como: confianza, futuro, seguridad, asesoría y otros similares, inevitablemente asociados a la banca, están presentes en el mensaje.

Al final, lo que interesa es el efecto en quienes desconocen a las entidades y deben elegir una. Porque la banca pareciera ser una de las áreas más sólidas del mercado, ya que la gente no suele cambiarse con rapidez como lo hace de compañía telefónica. Una vez inserto en el sistema, tiene que tener un problema demasiado grande y sin solución, para tomar la decisión de emigrar a otro banco

Si tú llegaras a nuestro país ¿por cuál de estas entidades te inclinarías, basándote en su publicidad?