

N26 lanza la campaña #NoBullshit para dar a conocer su nueva forma de hacer banca

"Tu banco te está tomando el pelo", dice N26 en uno de sus carteles en Madrid y Barcelona

Muchos españoles quieren un banco sin fronteras en el que las comisiones desaparecen y donde la experiencia de usuario sea perfecta, esté donde esté. Un banco que actúe y hable con humanidad. Sin embargo, cuando entran a valorar la confianza que tienen en su entidad bancaria actual, no se supera el 2,6/10 de nota media. N26 construye sus productos combinando diseño, tecnología y experiencia de usuario. Y para diferenciarse, lo comunica a sus clientes con su campaña #nobullshit con mensajes como "El primer banco que no da pereza" o "Tu banco te está tomando el pelo".

Demstrar que otra banca es posible. Esa es la premisa de la campaña publicitaria '#NoBullshit', desarrollada por el banco móvil N26. La entidad financiera, que ya cuenta con más de un millón de clientes, quiere dar a conocer las ventajas y novedades que ofrece: una experiencia bancaria simple, humana, transparente y funcional. Una cuenta "sin tonterías".

La campaña, que parte de la experiencia de los clientes, se basa en la exposición de mensajes creativos y se ha ubicado en las principales estaciones de transporte a nivel europeo. En los carteles, mediante un tono humorístico, se critican los errores de la banca tradicional y se invita a reflexionar sobre el trato recibido, al mismo tiempo que destaca el valor añadido de N26.

"#Nobullshit significa que somos un banco directo y comprensivo, sin tonterías, en el que la unión de la tecnología y el diseño se ponen al servicio del usuario para ofrecerle la mejor experiencia. En N26 apreciamos la franqueza. Por eso nos esforzamos en diseñar productos que sean fáciles de usar, con precios transparentes y que ayuden a los clientes a tener el control absoluto sobre su dinero", apunta Francisco Sierra, director general de N26 en España.

#NoBullshit arrancó en Berlín a principios de 2018 en plataformas digitales, estaciones de metro y en televisión nacional. En julio aterrizaba en grandes ciudades europeas como Barcelona, en la que la campaña ha estado presente en tres líneas de metro dentro de los vagones, en varias estaciones y en el aeropuerto de El Prat. Durante el mes de agosto e inicios de septiembre la campaña se ha llevado también al metro de Madrid. No obstante, se trata de una campaña publicitaria europea que también está presente en las principales estaciones de transporte público de ciudades como París, Roma, Milán, Viena o Dublín.

Las 'verdades bancarias de N26' han sido un éxito en redes sociales en todos los países. Los usuarios comparten fotografías y comentarios sobre la campaña, que en España incluye mensajes como "Tu banco te está tomando el pelo", o "El primer banco que no da pereza". Si aún no se ha visto ningún cartel de N26 en el metro de Madrid o Barcelona, se debe estar pendiente, y hacerle una foto y subirla a Twitter o Instagram con el hashtag #nobullshit.

Datos de contacto:

Autor

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>