

BRIEFING ABERTO

2º QUADRIMESTRE

POWERED BY

ActivoBank

CONTEXTO

O ActivoBank foi o primeiro Banco digital português que nasceu com a missão de simplificar a forma como os consumidores se relacionam com a gestão do seu dinheiro. Desde o início, assumiu uma postura diferente da banca tradicional: com poucos balcões físicos, sem burocracias desnecessárias e com uma comunicação clara, simples e transparente. Um Banco pensado para quem valoriza autonomia, controlo e liberdade nas suas decisões financeiras, permitindo gerir tudo de forma simples e intuitiva através da App.

Além de uma estrutura justa de custos com a isenção de Comissões de Manutenção de Conta e de Disponibilização de Cartão de Débito e Crédito (Classic), o ActivoBank é um Banco com uma oferta completa que acompanha as diferentes fases da vida – Cartões de Crédito, duas Contas pacote (Planos AB), uma oferta diversificada de Investimentos e Créditos (Pessoal, Habitação, Automóvel, Formação e ECOActivo).

Em termos de comunicação, o ActivoBank sempre se destacou dos restantes players por comunicar de forma diferenciadora, com recurso ao humor. Nos últimos anos tem-se associado a diversos humoristas/influenciadores que têm ajudado a marca a alavancar a sua notoriedade e a posicionar-se neste território:

BUMBA NA FOFINHA

Bumba na Fofinha é o nome artístico de Mariana Cabral, humorista, autora e criadora de conteúdos portuguesa. Tornou-se conhecida através do YouTube e das redes sociais, onde aborda o quotidiano e temas sociais com humor crítico, inteligente e muito observacional. O seu trabalho destaca-se pela autenticidade, pela capacidade de gerar identificação e por uma abordagem sem filtros.

[Ver exemplo de campanha com a marca](#)

LUANA DO BEM

Luana do Bem é uma humorista e apresentadora portuguesa, formada em Marketing que começou no stand-up e no humor em 2018. Tem participado em programas de televisão e rádio, criou projetos próprios e é conhecida por performances que misturam comédia com observações pessoais e sociais. Em 2024 lançou o seu espetáculo de stand-up "Crente", refletindo experiências da sua vida com uma abordagem única e autêntica.

[Ver exemplo de campanha com a marca](#)

VASCO ELVAS

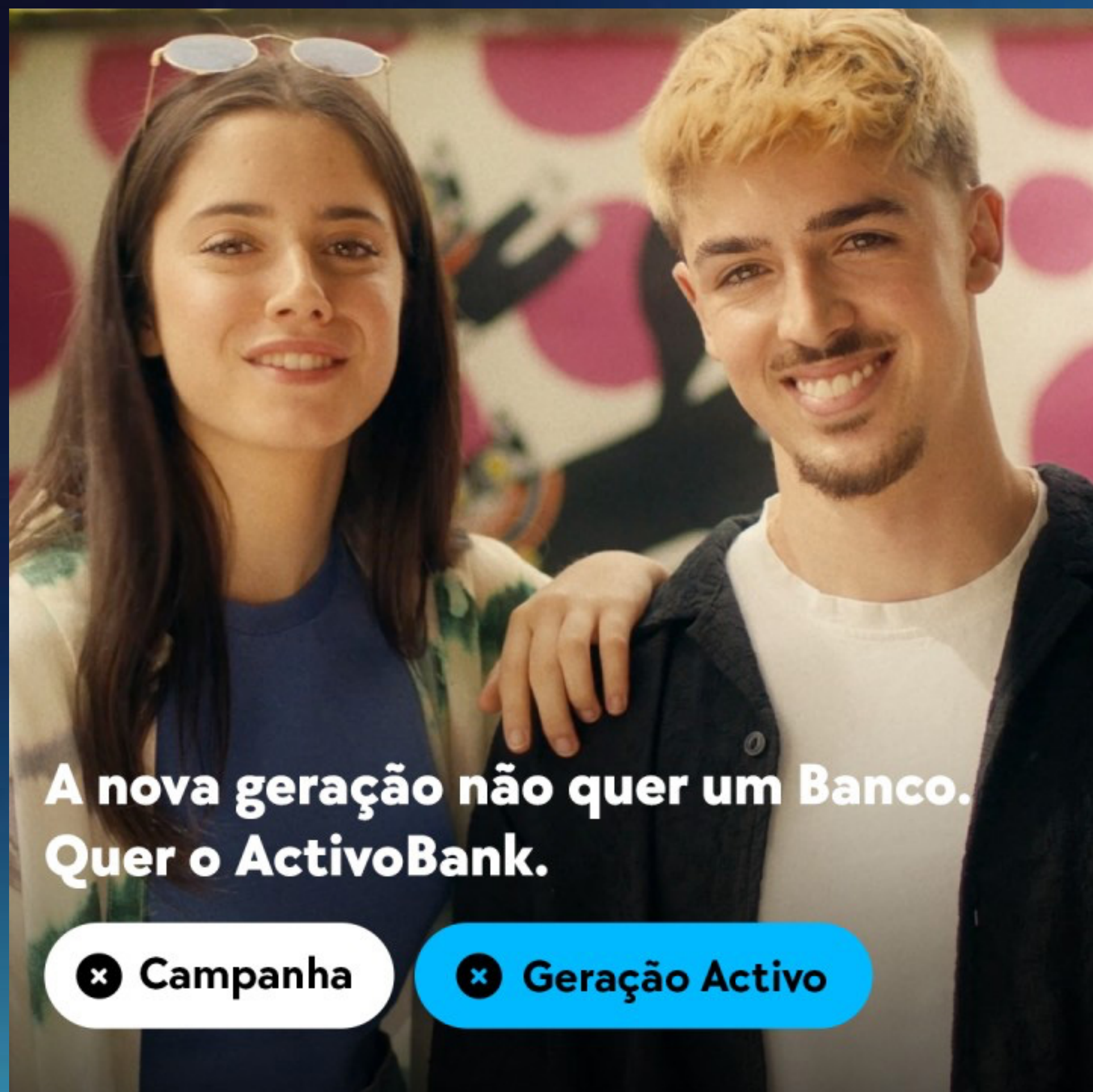
Vasco Elvas é formado em Economia, mas trocou uma carreira promissora pela comédia. Viveu dois anos no Reino Unido, onde fez stand-up no circuito londrino, e ganhou notoriedade em Portugal com a sua participação no 5 Para a Meia-Noite. Atualmente, cria conteúdo regular em formatos como Quadro Actual e Jogo pelo Jogo, onde mistura humor, atualidade e futebol.

[Ver exemplo de campanha com a marca](#)

GUILHERME GEIRINHAS

Guilherme Geirinhas é humorista, argumentista e realizador, sendo uma das vozes mais relevantes da comédia portuguesa contemporânea. Trabalha entre stand-up, sketch-comedy e formatos digitais, com um humor inteligente e autocrítico. É também criador e apresentador do videocast **Bom Partido**, onde entrevista figuras políticas.

[Ver exemplo de campanha com a marca](#)



O DESAFIO

Criar uma ideia de campanha para o ActivoBank que traduza, de forma genuína e com a dose certa de coolness, o espírito da Geração Activo.

Deixamos-te um exemplo de uma campanha anterior que desenvolvemos sobre este tema:

[Ver exemplo de campanha com a marca](#)

QUEM É A GERAÇÃO ACTIVO?

É uma geração para quem a conversa já não é sobre o que se tem, mas sobre como se vive. Que valoriza liberdade, transparência e autenticidade. Que exige clareza, mas também atitude. E que não se identifica com discursos forçados nem com marcas que tentam aproximar-se de forma forçada.

Queremos ideias que falem de dinheiro sem soar a Banco. Ideias simples, diretas e verdadeiras. Ideias que reflitam a forma como esta geração vive, escolhe e se relaciona com o dinheiro.

Acreditamos que ninguém entende melhor esta geração do que quem a vive. Por isso, desafiamos-te a pensares criativamente numa campanha que fale para a tua geração e a que a faça querer Abrir Conta no Banco à medida dela e das suas ambições – o ActivoBank.

OBJETIVO DA CAMPANHA (COMUNICAÇÃO/NOTORIEDADE)

- ✓ Reforçar a ligação emocional entre o ActivoBank e a Geração Z;
- ✓ Posicionar o ActivoBank como um Banco alinhado com os valores reais desta geração;
- ✓ Gerar identificação com a marca e conversa sobre a campanha.

OBJETIVO COMERCIAL

- ✓ **Aberturas de Conta** – o CTA da Campanha deve ser “Abrir Conta”

TARGET

- ✓ Jovens entre os 18 e os 28 anos que estão a vivenciar as suas primeiras grandes decisões financeiras;
- ✓ Pessoas que valorizam independência, simplicidade e autenticidade;
- ✓ Uma geração que prefere experiências a bens.

TOM E TERRITÓRIO

- ✓ Genuíno
- ✓ Atual
- ✓ Confiante, sem arrogância
- ✓ Cool sem esforço
- ✓ Humano, transparente e próximo

O QUE NÃO PODES FAZER

- ✘ Linguagem bancária tradicional;
- ✘ Promessas vagas;
- ✘ Clichés publicitários;
- ✘ Discursos aspiracionais artificiais;
- ✘ Expressões legalmente proibidas: o melhor Banco, Oferta, presente, a mais baixa do mercado, a mais alta do mercado, a melhor do mercado.

O QUE DEVE SER ENTREGUE

- ✓ Ideia criativa central (conceito)
- ✓ Racional criativo: porque é que esta ideia faz sentido para a Geração Activo;
- ✓ Storyboard de um filme de 60 segundos para a campanha ;
- ✓ Exemplos de aplicação (post social media (Instagram e TikTok);
- ✓ Proposta de influenciadores a associar à campanha (não tens de usar obrigatoriamente).

Não é necessário apresentar planos de meios detalhados. O foco está na ideia.

ESTE NÃO É UM EXERCÍCIO PARA “IMAGINAR”
A GERAÇÃO ACTIVO.
É UM CONVITE PARA FALAR A PARTIR DELA.

**MOSTRA-NOS COMO UM BANCO
PODE FAZER PARTE DA VIDA DESTA GERAÇÃO.**

BOA SORTE!



ActivoBank

SUBMETE JÁ O TEU PROJETO EM
PREMIOSLUSOFONOS.COM