

# от маркетингового хода к масштабному успеху: как мы охватили 25 миллионов людей с помощью онлайн-рекламы за 3 месяца



МЕЖДУНАРОДНЫЕ  
ПЕРЕВОДЫ  
В 30+ СТРАН



ОФЛАЙН-ТОЧКИ  
PAYNET



ОПЛАТА  
ЧЕРЕЗ  
QR-КОД



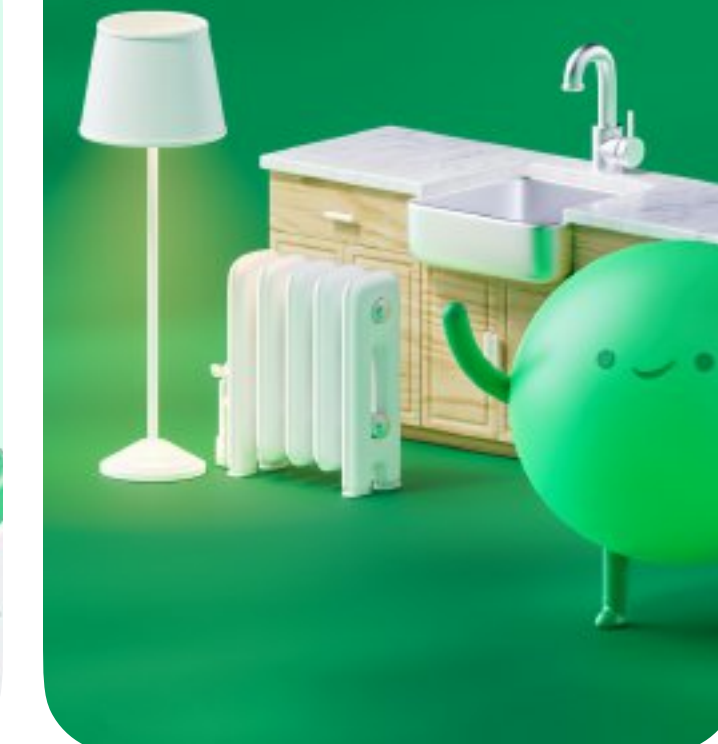
ПРИЛОЖЕНИЕ  
PAYNET



PAYNET VISA



МОЙ ДОМ



**paynet**

20 миллионов человек  
используют paynet

С КАРТЫ НА КАРТУ



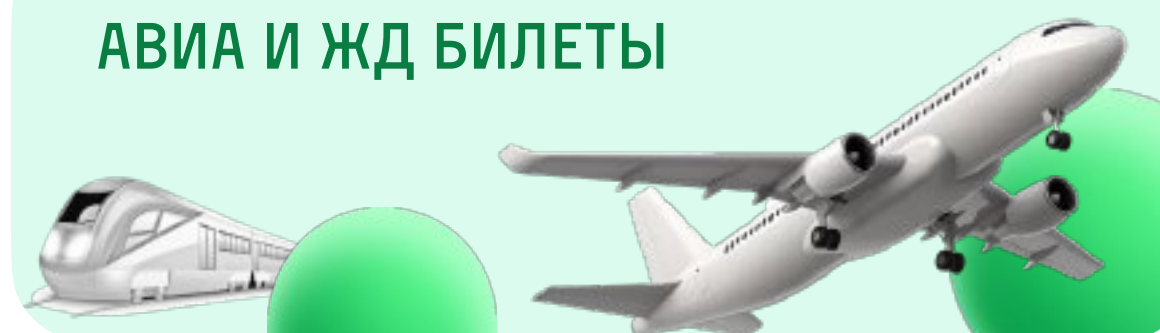
ПЛАТЕЖИ  
КЭШБЭК  
БОНУСЫ



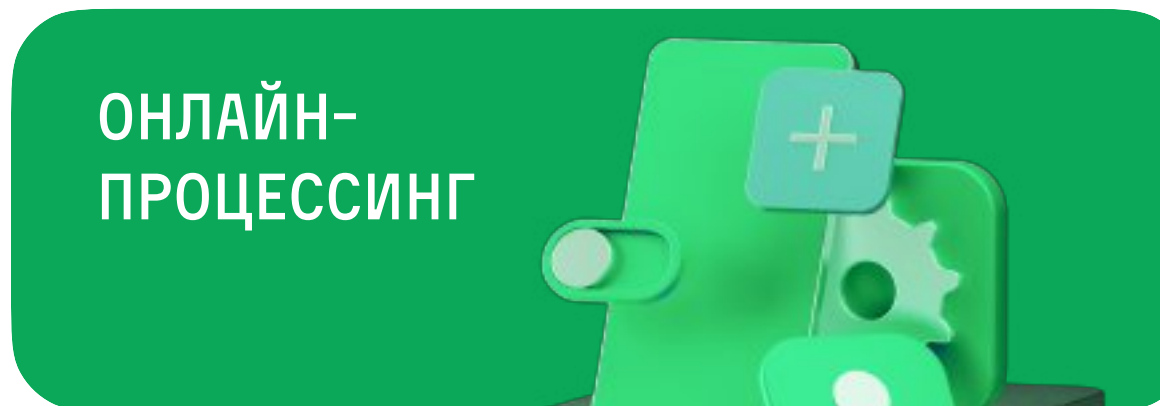
КАРТА И СЧЁТ-КОШЕЛЁК



АВИА И ЖД БИЛЕТЫ



ОНЛАЙН-  
ПРОЦЕССИНГ



OPEN BANKING



## Контекст

На финтех-рынке страны — жёсткая конкуренция среди платёжных систем и банков, вызванная перенасыщенностью и стремлением каждого игрока привлечь и удержать клиентов.

**Почти вся реклама в категории очень похожа между собой. 60% опрошенных смешивают рекламу финтех-брендов. Это происходит потому, что большинство брендов выбирает один и тот же креативный формат и делают идею «выгодных предложений» центральной. 58% пользователей смешивают рекламу и не понимают рекламное сообщение.**

Источник: Paynet. Выводы, сделанные на основе внутреннего анализа Brand Health Report July 2023



## Наш челендж

**Paynet — это бренд с накопленным доверием за 18 лет работы платёжной экосистемы: мы имеем больше офлайн-точек, чем все банки Республики вместе взятые. В онлайн — мы входим в четвёрку лидеров, цель — войти в тройку и систематически продвигаться к полному доминированию.**

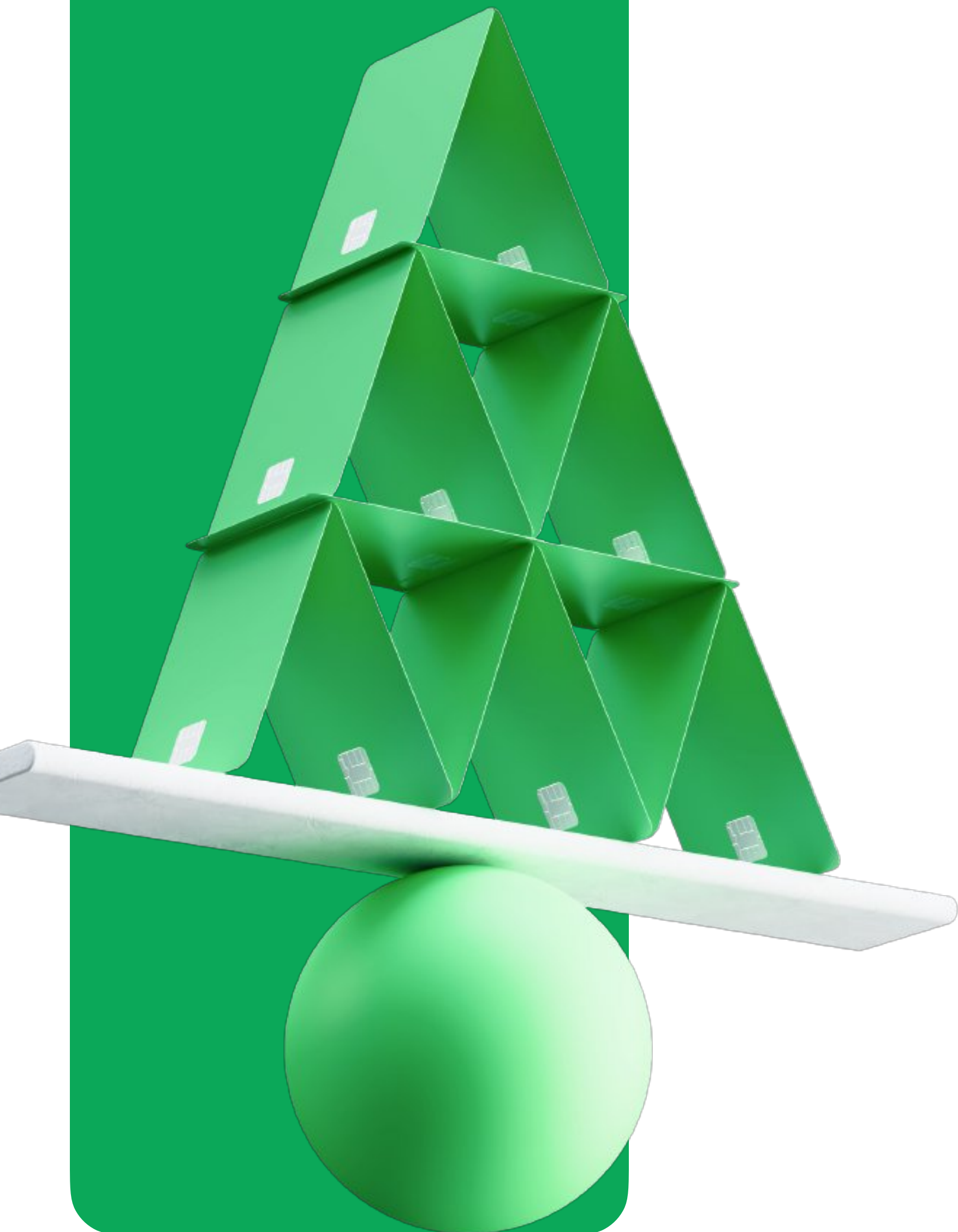
Однако для пользователей Paynet всегда ассоциируется с офлайн-точками оплаты. Коммуникационная задача в том числе состоит в том, чтобы перевести пользователей из офлайн в онлайн.

Так, битва с лидерами рынка и самими собой предвещала нам стать:

1. Самыми заметными — использовать рекламную коммуникацию, отличную от конкурентов, создавать концепции, которые ранее не использовались в рекламе.
2. Самыми прогрессивными — подключить рекламные источники, которые не используются другими участниками рынка и создать уникальные связки рекламы.



## Решение



## В кругу доверия. Вокруг друзей

Мы разработали коммуникационную платформу Raupet, которая позволила бренду создать сильное и последовательное впечатление на свою аудиторию, укрепить позицию на рынке и увеличить общее LTV в мобильном приложении.

1. Сформировать уникальную коммуникационную воронку бренда

2. Выбрать релевантные каналы коммуникации, создать стратегию, подключить аналитику

3. Организовать фабрику по производству контента для тестирования гипотез

## Стратегия

Поэтому при разработке коммуникационной стратегии мы усиливали преимущества бренда, сосредоточились на эмоциональной территории обновленного позиционирования — всё это выгодно дифференцировало бренд среди конкурентов



1

Эмоциональная территория бренда

Использование правильных образов

Тон коммуникации

Дифференцированный имидж бренда, в котором также подчёркиваются:

Многолетняя история, международный статус, современность и ориентированность на доверие

2

Элементы и персонаж бренда

Использование релевантных каналов коммуникации


Запоминание коммуникации

Вовлечённость в рекламу и распознавание рекламы

3\*

Демонстрация ключевых преимуществ продукта

Прочная связь с брендом  
Создание брендированности



## Фабрика контента

# Мы играем против сильных конкурентов. Нам пришлось действовать быстро и без колебаний.


1. Заполнить все каналы коммуникации своими сообщениями.
2. Молниеносно реагировать на изменения и тренды.
3. Бесперебойно тестировать, производить и запускать нестандартные рекламные форматы.

Мы разработали фреймворк на основе методологии ТРИЗ, который позволяет нашей команде структурированно анализировать проблемы и генерировать инновационные идеи — итеративно повышая качество и эффективность процесса разработки новых решений, несмотря на большой объём креативных задач.

*hypothesis → Action → data → insight*

Для ускорения работы с рекламными кампаниями, мы разработали систему быстрого тестирования гипотез по методологии HADI. За 3 месяца мы проверили более 100 креативных гипотез и концепций.

# Рекламная стратегия



## Цели

1. Увеличение числа платежей и платящих пользователей приложения
2. Прирост LTV на срезе 6 месяцев
3. Оптимизация показателя САС
4. Построение широкого охвата и осведомлённости об онлайн-продуктах экосистемы

## Посыл

Создаём рекламные кампании, ориентированные на привлечение пользователей. Для этого используем основные возможности и дифференцирующие преимущества мобильного приложения:

1. Бесплатные переводы
2. Paynet-карта
3. Переводы зарубеж
4. Мой дом
5. Кэшбэк
6. Платежи
7. Карта VISA и многие другие

Ещё — общие кампании, создающие акцент на доверии и надёжности.

## Каналы

При выборе каналов мы учитывали характеристики сегментов аудиторий, их предпочтения и поведенческие особенности.

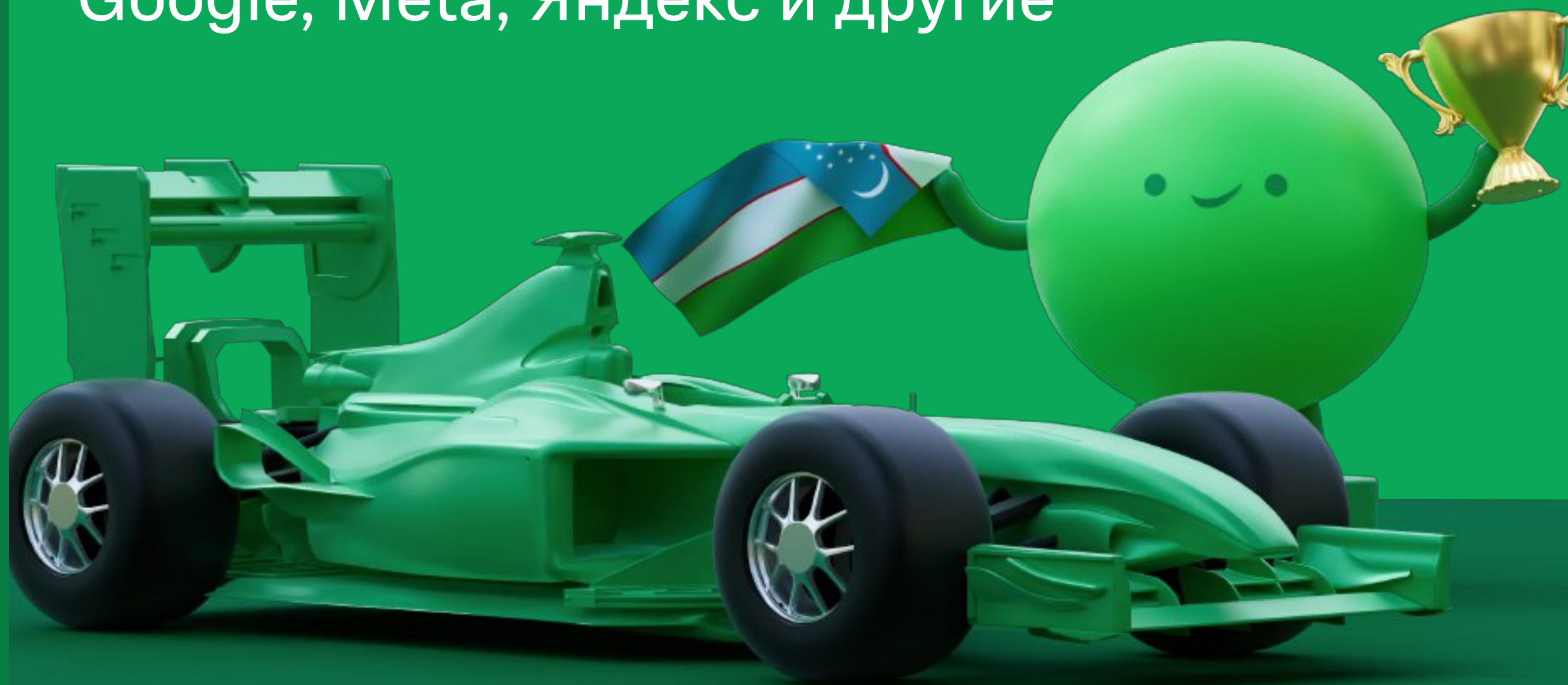
1. Создание массовой рекламной кампании во всех рекламных площадках: Facebook, Instagram, Google, Telegram, Yandex.
2. Использование всех доступных плейсментов: Stories, In-app, Лента FB и Instagram, Reels, Youtube preroll и postroll, Навигатор.
3. Использование в качестве медиа-источников блогеров и инфлюенсеров, в том числе эксклюзивы.

**Чтобы нас услышали во всех уголках Республики**



# Performance-кампании

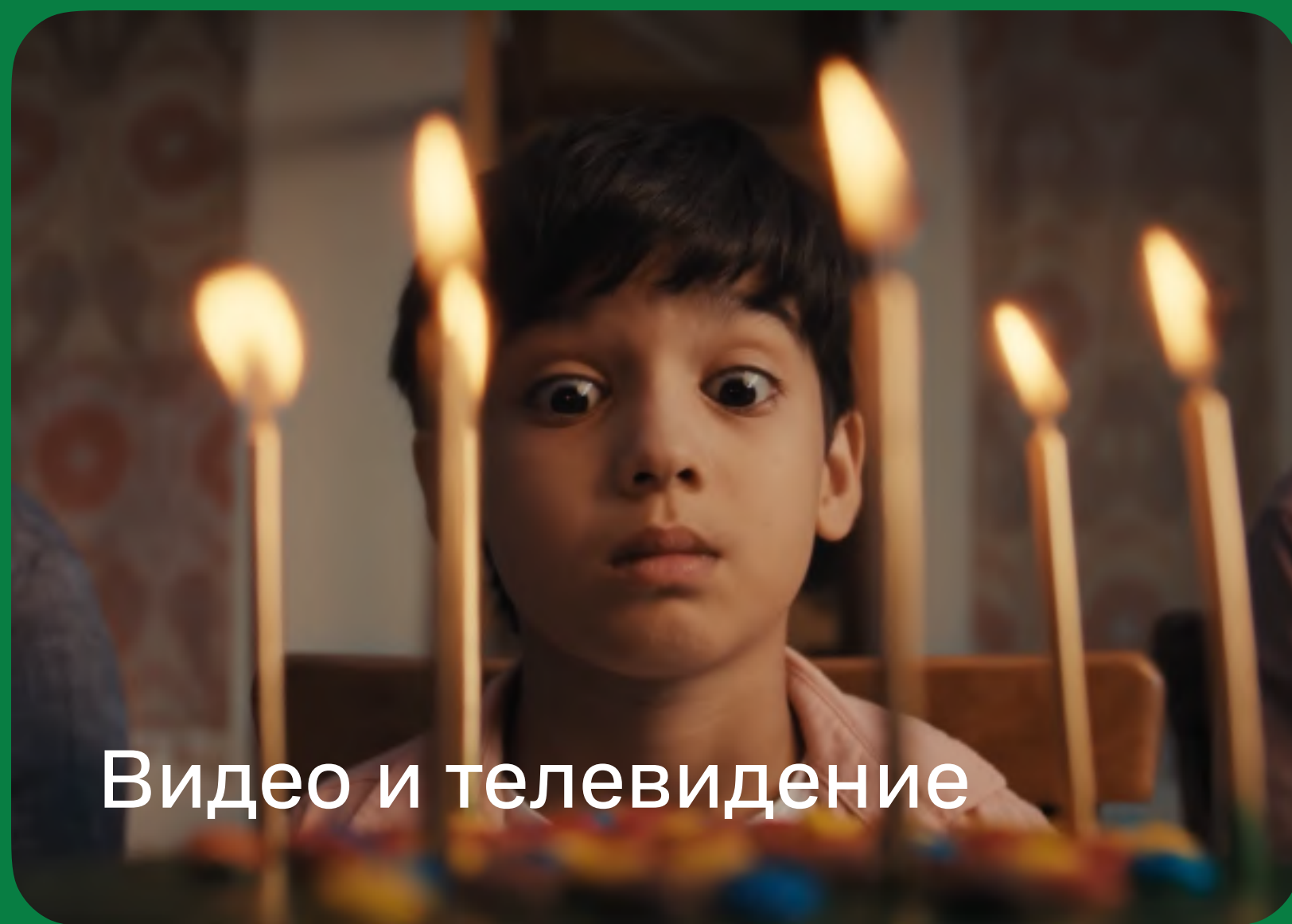
Google, Meta, Яндекс и другие



# Инфлюенс-маркетинг и коллаборации



# Видео и телевидение



# ASO App Store Optimization



# Наружная реклама



## ПРИМЕРЫ ТАКТИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

# Переводы без комиссий

Мы развернули масштабную цифровую рекламную кампанию с основным акцентом на бесплатных переводах с карты на карту без комиссии.

Согласованная титаническими усилиями продуктовая стратегия была спроектирована таким образом, чтобы за счёт дополнительных активаций внутри приложения, не навредить растущей выручке финтех-направления Paynet.

Даже если на первый взгляд предложение может показаться не уникальным, для реализации потребовалось сотни часов работы бизнес-аналитиков, маркетинг-специалистов и команды развития.

С помощью этого человеческого решения мы достигли нужных результатов, завоевывая доверие наших клиентов.

## переводите сколько хотите

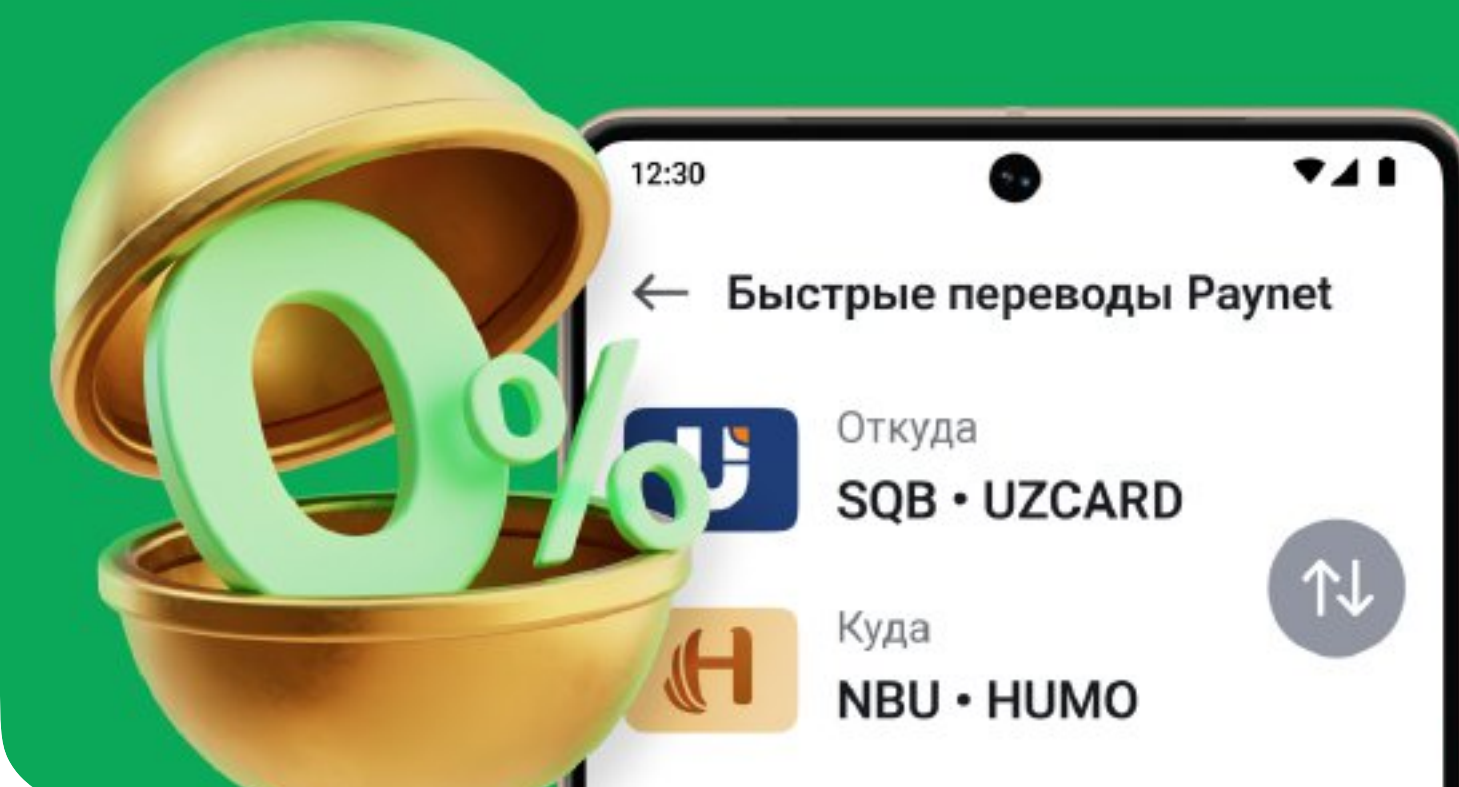
переводы на paynet-карту —  
бесплатно и без лимитов



## переводите без комиссий в приложении paynet



## с карты на карту без комиссии



## невероятно бесплатные переводы

с карты на карту — в приложении Paynet



paynet

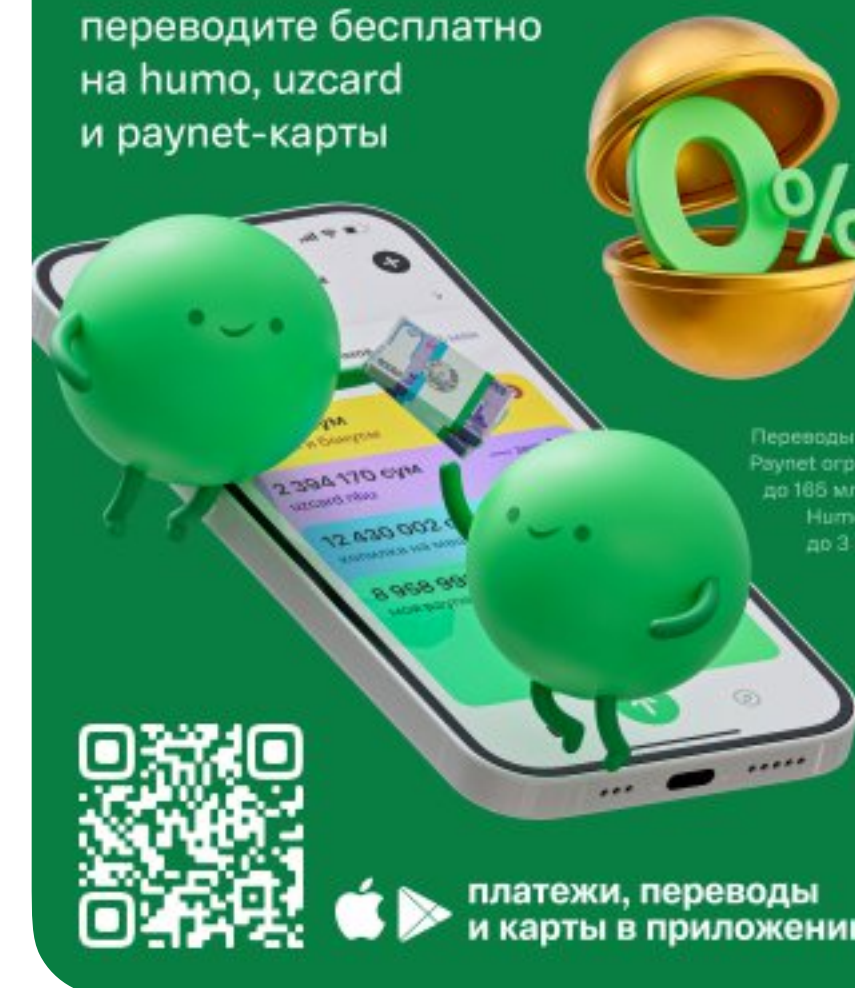
## переводы без комиссий



paynet

## в paynet переводы без комиссий

переводите бесплатно на humo, uzcard и paynet-карты



paynet

скачайте paynet  
и получите  
100%-кэшбэк



В рамках акции, 100%-кэшбэк будет начислен методом случайного розыгрыша при общей сумме оплат более 100 тыс. сум.

платежи, переводы  
и карты в приложении

2500 победителей  
каждый день



paynet

выгода.  
кэшбэк.  
скачивай  
paynet



скачайте

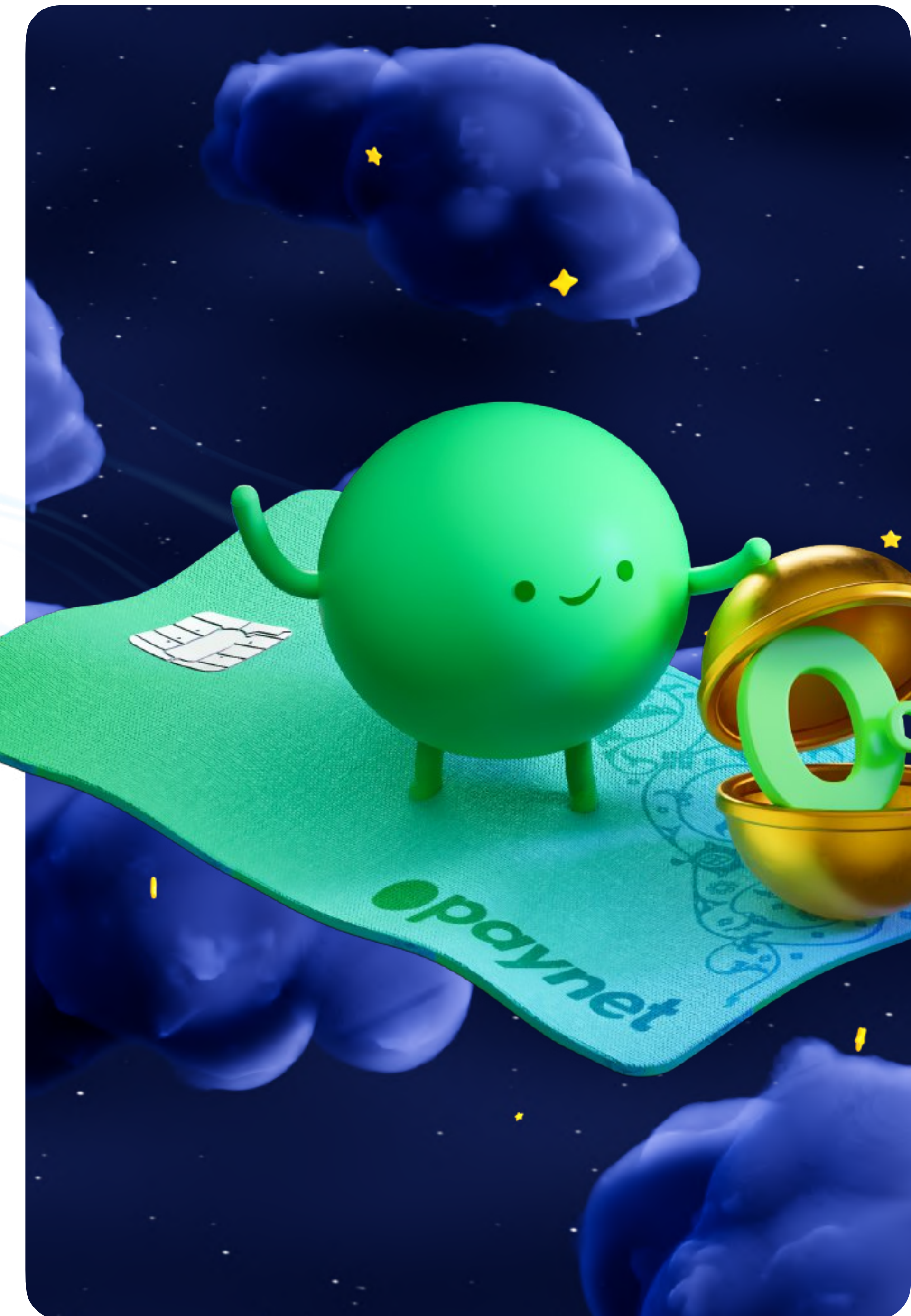


ПРИМЕРЫ ТАКТИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

## 100% кэшбэк

Привлекательный способ сэкономить деньги и получить дополнительную выгоду при покупках — кэшбэк. Мы тоже решили не отставать и предложили нашим пользователям выгодную кэшбэк-акцию, которая помогает оптимизировать расходы, совершать покупки выгодно и приятно. Привлекательные кампании в соцсетях и видеоконтент от известного блогера привлекли широкую аудиторию.

За 1 месяц охватили – 3,5 миллиона человек, более 130 тыс. пользователей установили приложение. Количество осуществленных покупок и платежей от этих пользователей достигло 940 тыс.



## ПРИМЕРЫ ТАКТИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

# Paynet-карта

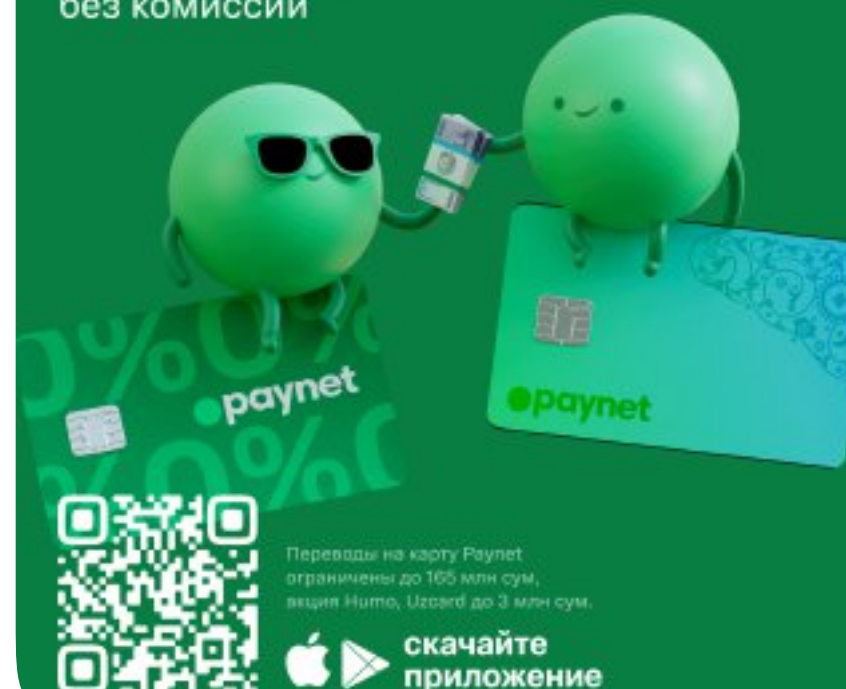
Мы создали виртуальную Paynet-карту внутри приложения, с помощью которой процесс платежей и контроля за финансами стал более удобным и эффективным для пользователей. Комбинация сильных креативов, рекламных сетей и сотрудничества с блогерами обеспечили широкий охват и привлекли внимание аудитории, стимулируя активность и вовлеченность.

Paynet-картой воспользовалось более 13 тыс. новых уникальных пользователей за первую неделю кампании.

paynet

## бесплатная paynet-карта в приложении

переводите и оплачивайте  
без комиссий



Переводы на карту Paynet  
ограничены до 160 млн сум,  
эквайринг - до 3 млн сум.  
скачайте  
приложение



paynet  
**kartani naqd  
pulda foizsiz  
to'ldiring**

**пополняй  
бесплатно**

**трать  
где угодно  
переводи  
свободно**



доступно  
в приложении

**бей  
по платежам,  
чтобы кэшбэк  
рос**





## ПРИМЕРЫ ТАКТИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

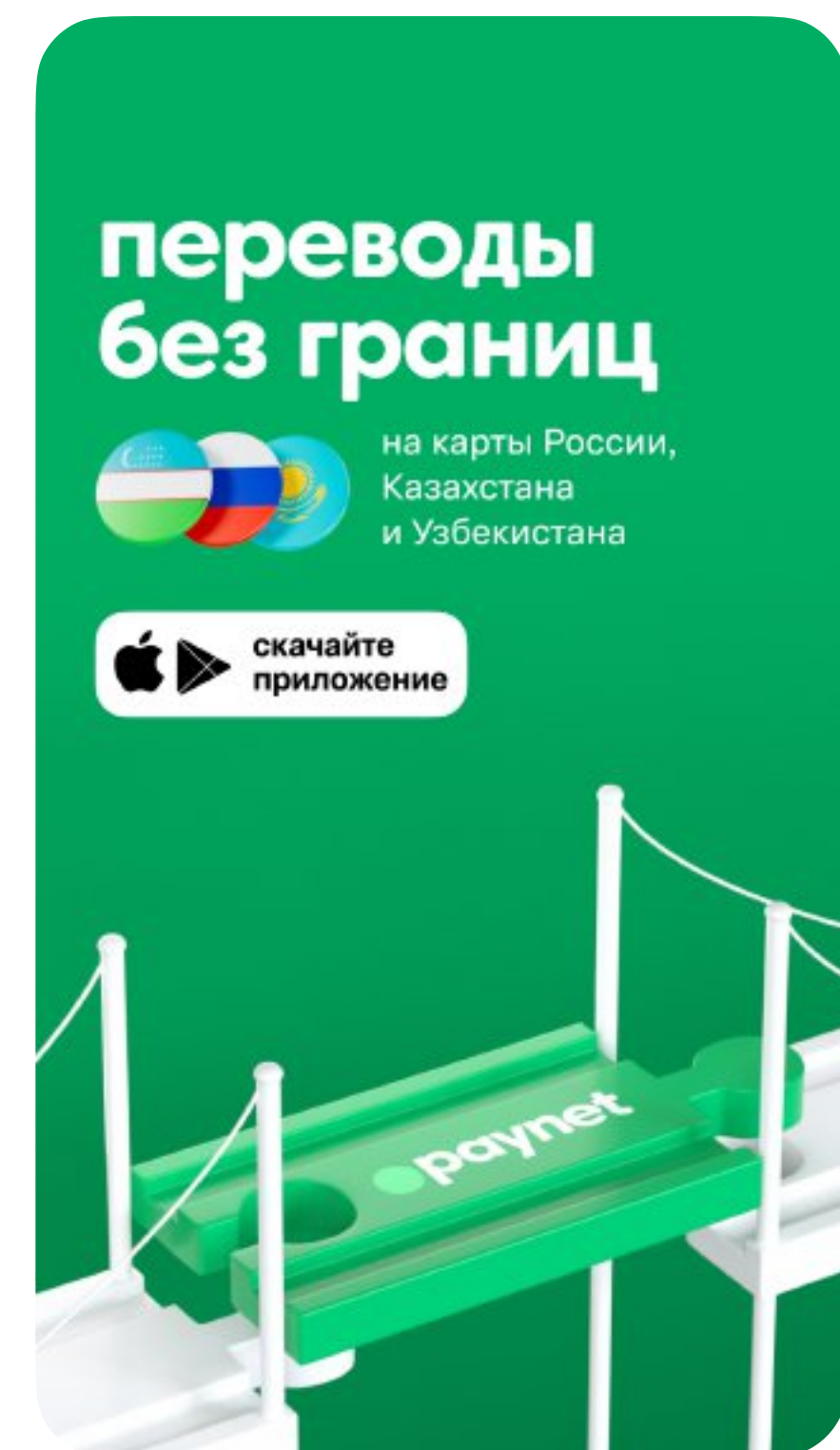
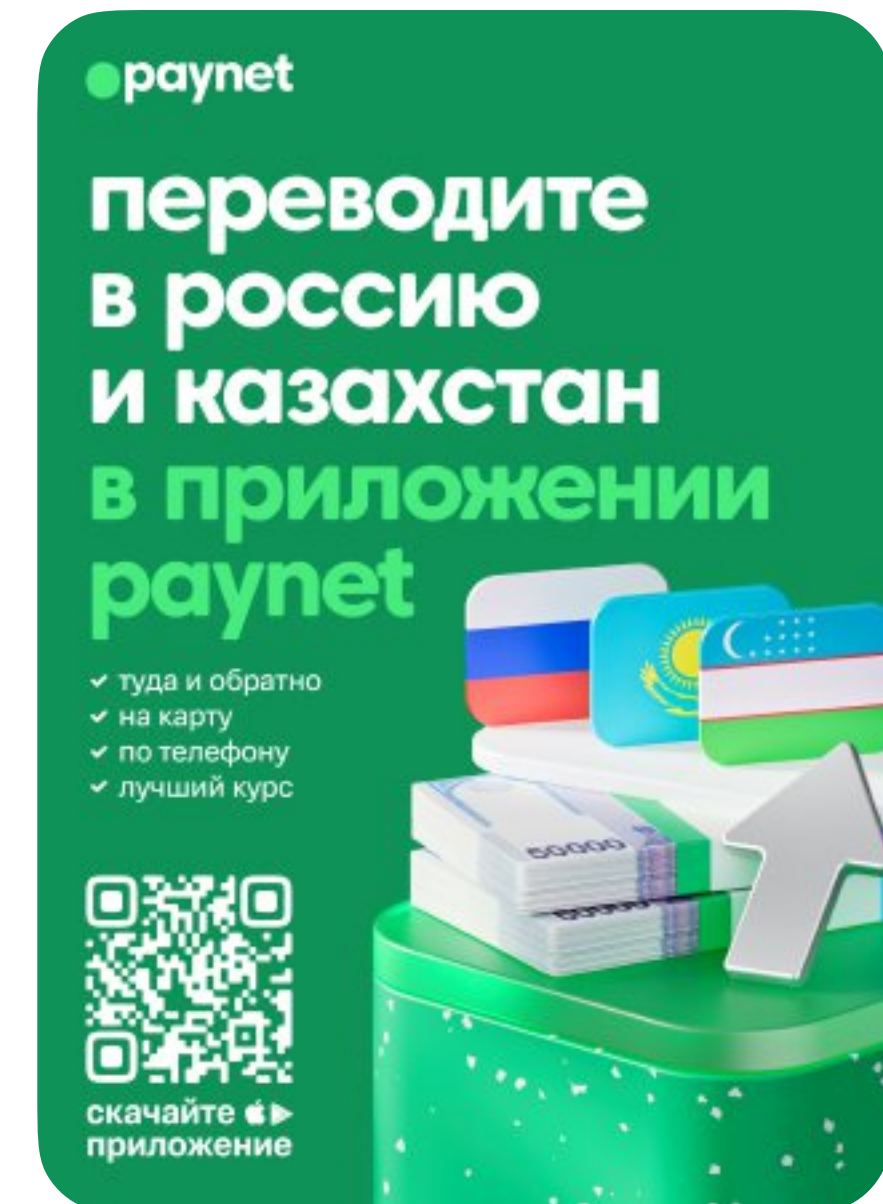
# Переводы в другие страны

Международные переводы с карты на карту — одна из основных функций нашего приложения. Однако, мы обнаружили, что многие предпочитают осуществлять эти операции по старинке — через офлайн-точки.

Чтобы изменить это, мы запустили стратегическую рекламную кампанию, активно проработали существующий клиентский поток — запустили масштабную цифровую кампанию, чтобы привлечь новых пользователей, ценящих возможность международных переводов. Ещё — мы сделали офлайн-размещения в Москве на 400 м<sup>2</sup> рекламных поверхностей в торговом комплексе «Фудсити» — месте, где делают покупки граждане других стран.

Мы акцентировали внимание на выгоде, удобстве и скорости при совершении международных переводов.

За один квартал удалось вырастить объём международных платежей на 235% Q/Q.



## Инфлюенс. Стратегия

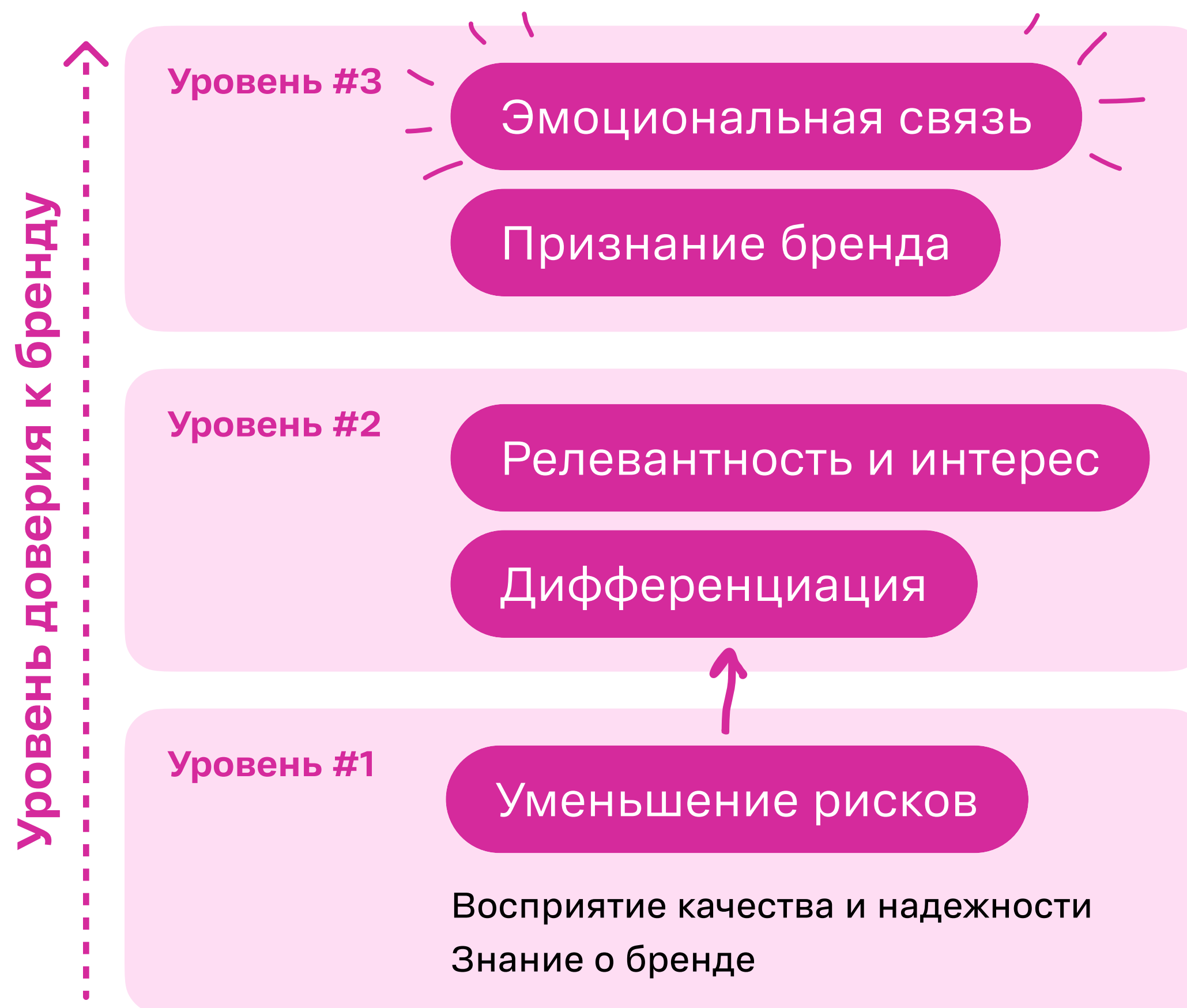


**Стратегия инфлюенс-кампаний.** Чтобы создать прочную позицию бренда в сознании целевой аудитории — top of mind, мы запустили разные форматы контента через подачу блогеров, которые делают бренд заметным и запоминающимся среди конкурентов, позволяют создать эмоциональную связь и донести ключевые преимущества.

Но это влияет не только на привлечение клиентов, но и на удержание — когорты пользователей, которых мы привлекли под влиянием блогеров оказались на 82% более стойкими — соответственно LTV на срезе 3 месяцев с таких когорт вырос на 23%, а привлечение вышло в полную окупаемость за 4,5 месяца.

Поэтому в качестве онлайн-медиа источника мы выбрали инфлюенсеров (Instagram, YouTube) и популярные телеграм-каналы, которые в свою очередь позволили повысить общий САС в перфоманс-каналах.

Коммуникация через блогеров доказала свою эффективность в улучшении показателей окупаемости маркетинговых инвестиций.



## Инфлюенс. Тактика

# Как мы построили процессы в инфлюенс-маркетинг и захватили миллионы сердец. Тактические аспекты нашего подхода:

### 1

## Аудитория и точность

Сотрудничаем с блогерами, у которых есть релевантная аудитория и которые способны достоверно донести наши сообщения до своей аудитории.

### 2

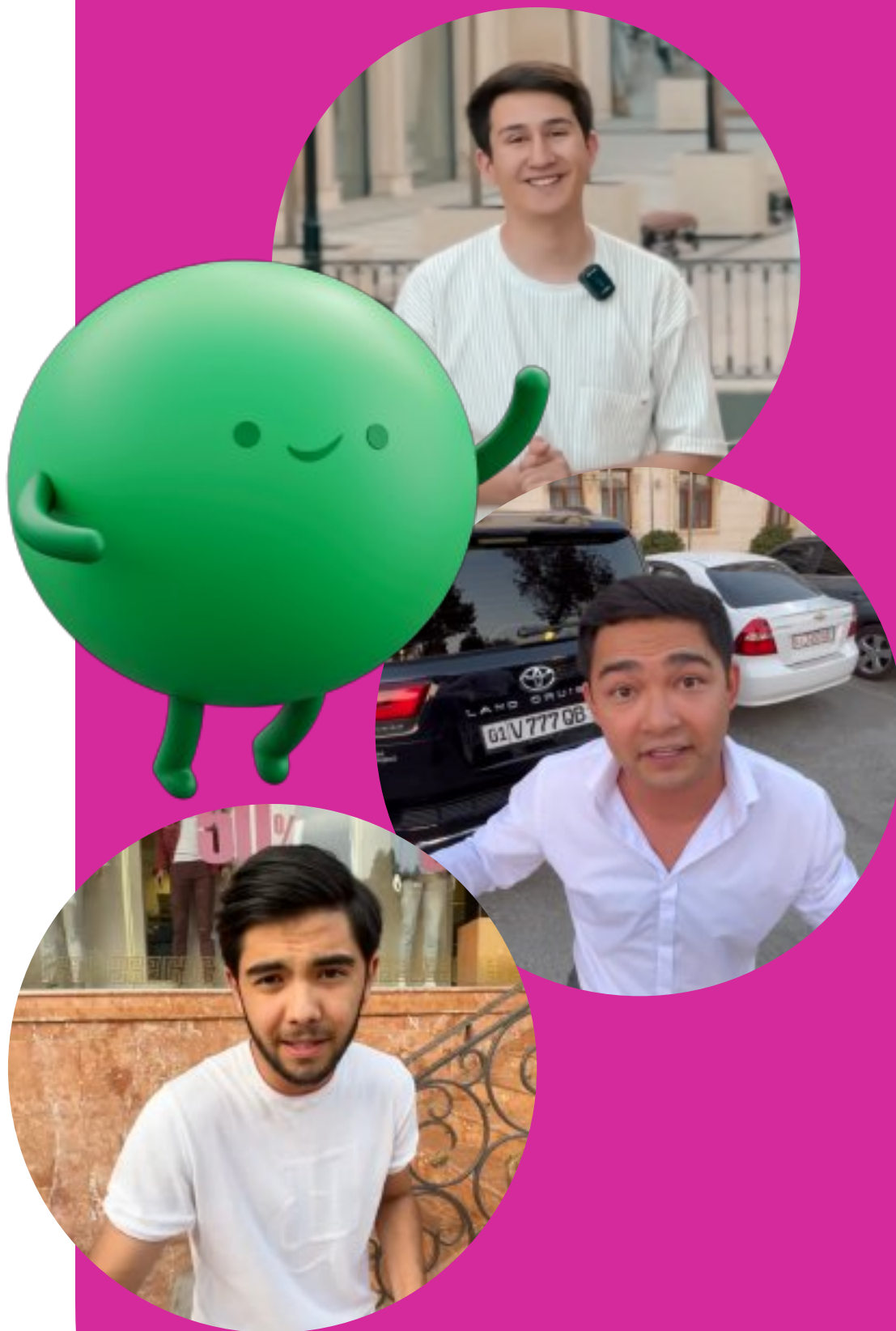
## Аутентичность и искренность

Контент и стиль подачи у блогеров должны быть согласованы с нашими ценностями и быть максимально аутентичными.

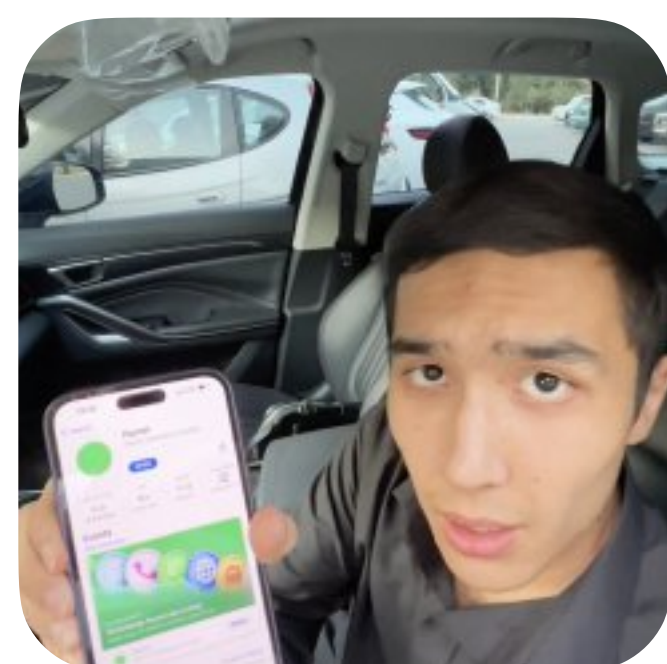
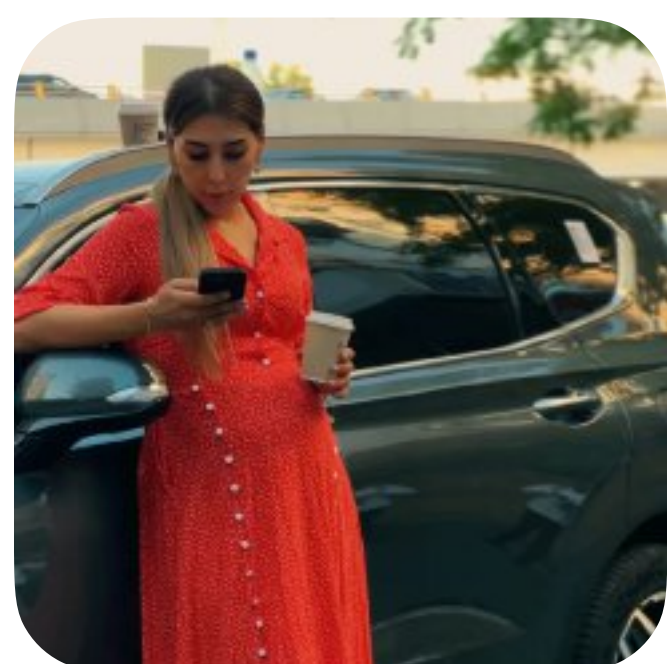
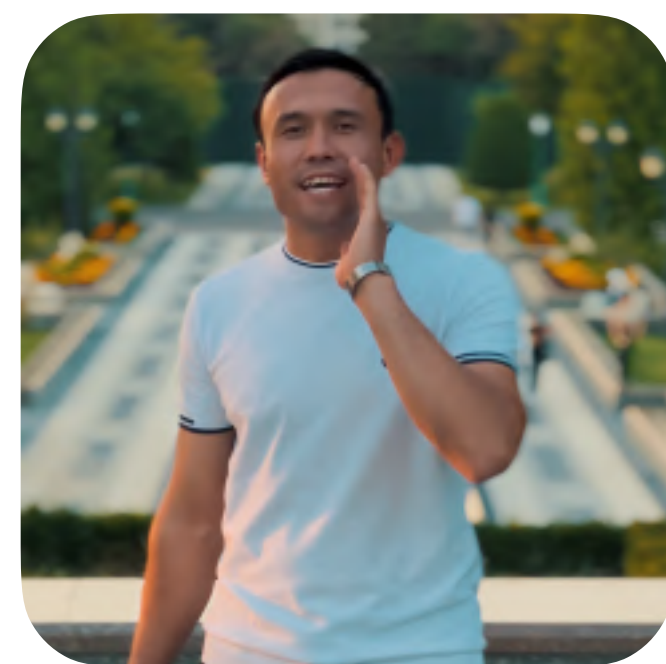
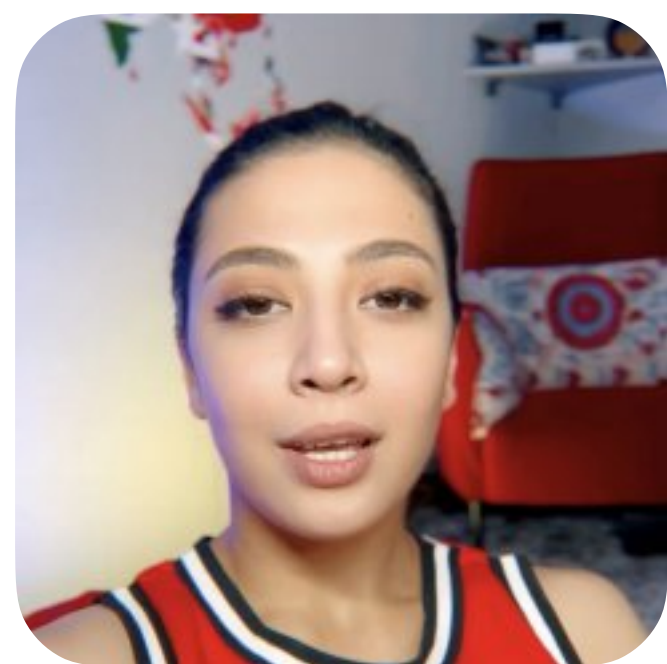
### 3

## Сквозная аналитика

Мы используем различные метрики: охват, вовлеченность, конверсии и отклик пользователей, чтобы определить эффективность кампаний и внести необходимые корректировки.

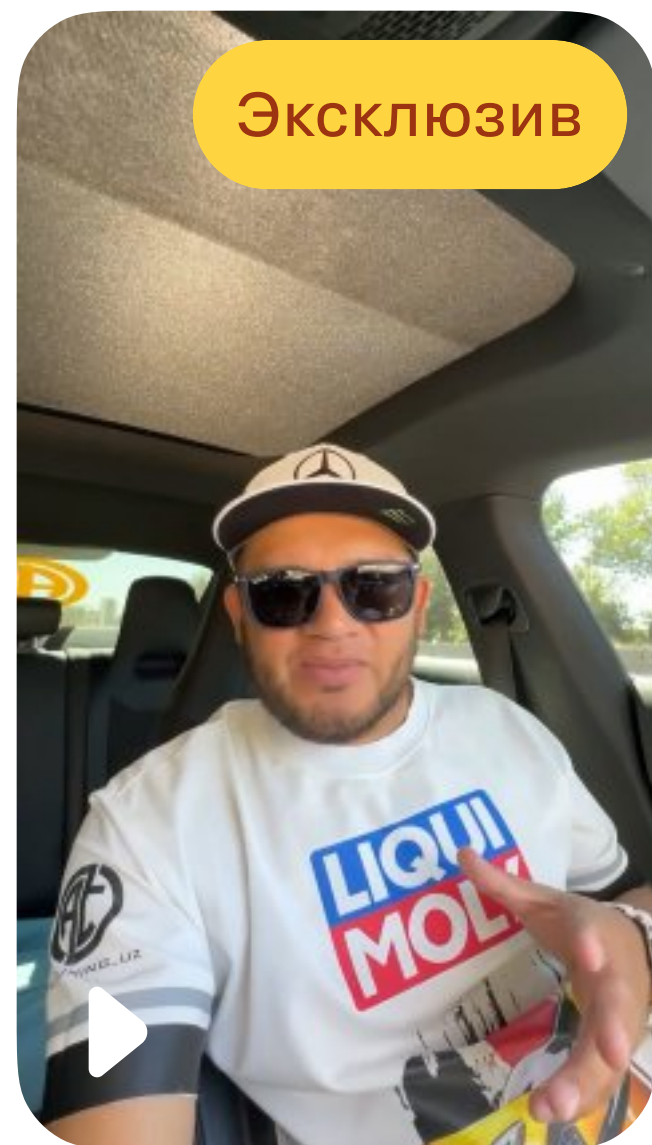


# Мощь инфлюенс-маркетинга: 155 инфлюенсеров познакомили жителей Республики с нашим приложением



ещё 135+





**@autotuning\_uz**  
1.4M followers



**@salikh\_prod**  
1.3M followers



**@alixonov\_\_timur**  
1M followers



**@vkusno\_by\_seva**  
1.2M followers



**@chechenka\_\_0909**  
1M followers



**@gimandinova\_official**  
0.7M followers



**@sardor.go**  
0.6M followers



**@khusnorik**  
0.6M followers



**@nigina\_djabarova\_**  
1.1M followers



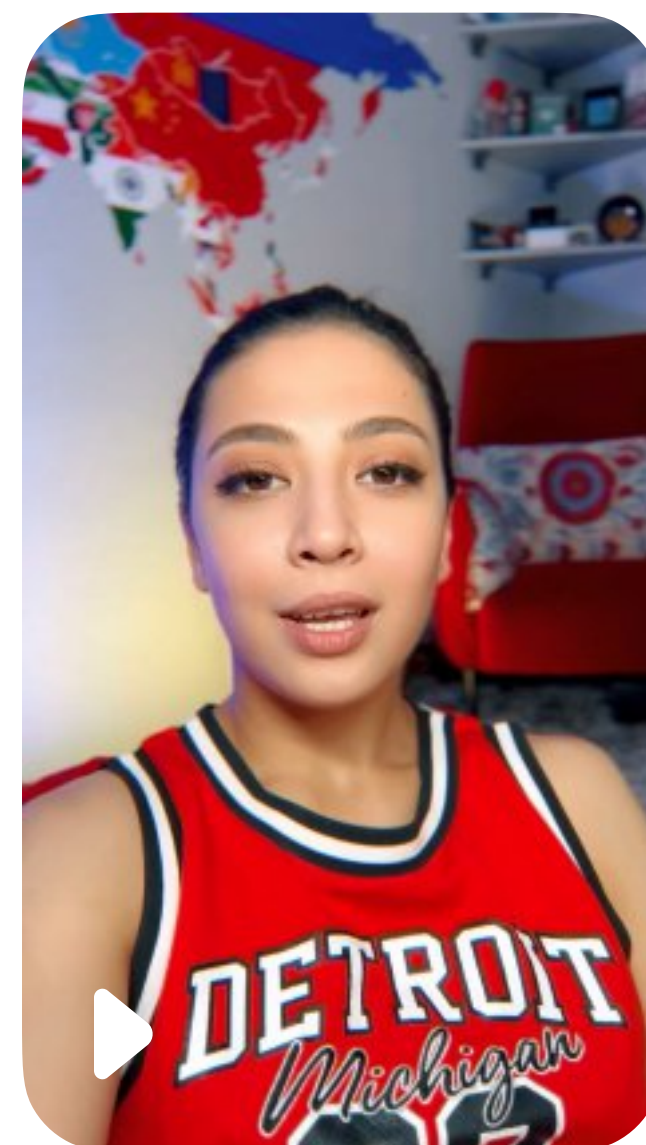
**@bek\_vines**  
2.2M followers



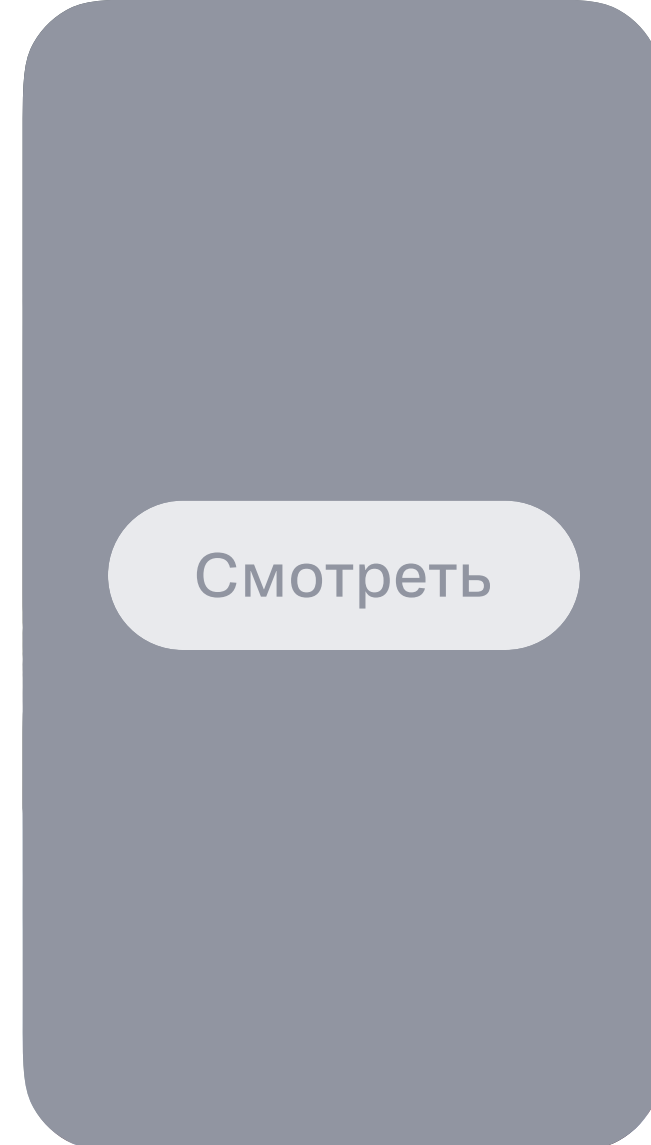
**@asqar\_xikmatov**  
0.8M followers



**@utkir\_shodmonov**  
1M followers



**@\_littos**  
2M followers



**Другие блогеры**

## Видео

Видео-продакшн — одно из основных направлений нашей фабрики контента. За последние полгода мы разработали больше 40 единиц видеоконтента: ролики, 3D, stories.



Один из последних нами выполненных проектов — масштабные съёмки видеоролика. Мы создали серию из четырёх мини-историй, в которых герои знакомятся с ключевыми преимуществами приложения через юмор и иронию.

Креативная концепция и идея ролика строятся вокруг использования силы слухов о новом мобильном приложении Paynet, которые распространяются по Республике.

Мы расширяем охват с помощью федеральных телеканалов, собственных медиа, performance-рекламы Meta и Google

## Аналитика, ASO, retention

1. Интегрировали маркетинговую аналитику: real-time дашборды с маркетинговой отчётностью, сквозной аналитикой по каналам, доход и ROI.
2. App Store Optimization — важная составляющая продвижения любого мобильного приложения. Сплит-тестирования новых текстов и изображений, оптимизация в поиске App Store и Google Play
3. Crm-маркетинг: retention-кампании, пуши и автоматизация различных механик удержания.
4. Создание нового онбординга, рекуррентные конкурсные активности, промокоды и реферальная программа



# СИЛЬНЫЙ РОСТ ПО ВСЕЙ РЕСПУБЛИКЕ

#1 по рейтингу пользователей в разделе «финансы и банки» Google Play, App Store, июнь'23

#3 по рейтингу популярности в разделе «финансы и банки» в первом полугодии 2023

**313,8%** в 4,14 раза

Прирост MAU, фев - авг 2023  
(ежемесячно платящие пользователи приложения)

**25,3 млн** ОХВАТЫ



Уникальные охваты  
июн-авг 2023

**67,7%** в 1,6 раз

Прирост количества платежей, фев - авг 2023

**644%** в 7,4 раз



Прирост количества переводов, фев - авг 2023

**3 место**

В рейтинге узнаваемости онлайн-брендов финтеха, согласно анализу Brand Health Report July 2023

**2,2 млн** +554%



Новых установок приложения фев-авг 2023, рост % показан относительно фев-авг 2022



**25k** +3%

Общее количество офлайн-точек

**1 237** +40%

Кол-во поставщиков услуг и интеграций

 paynet

спасибо.

