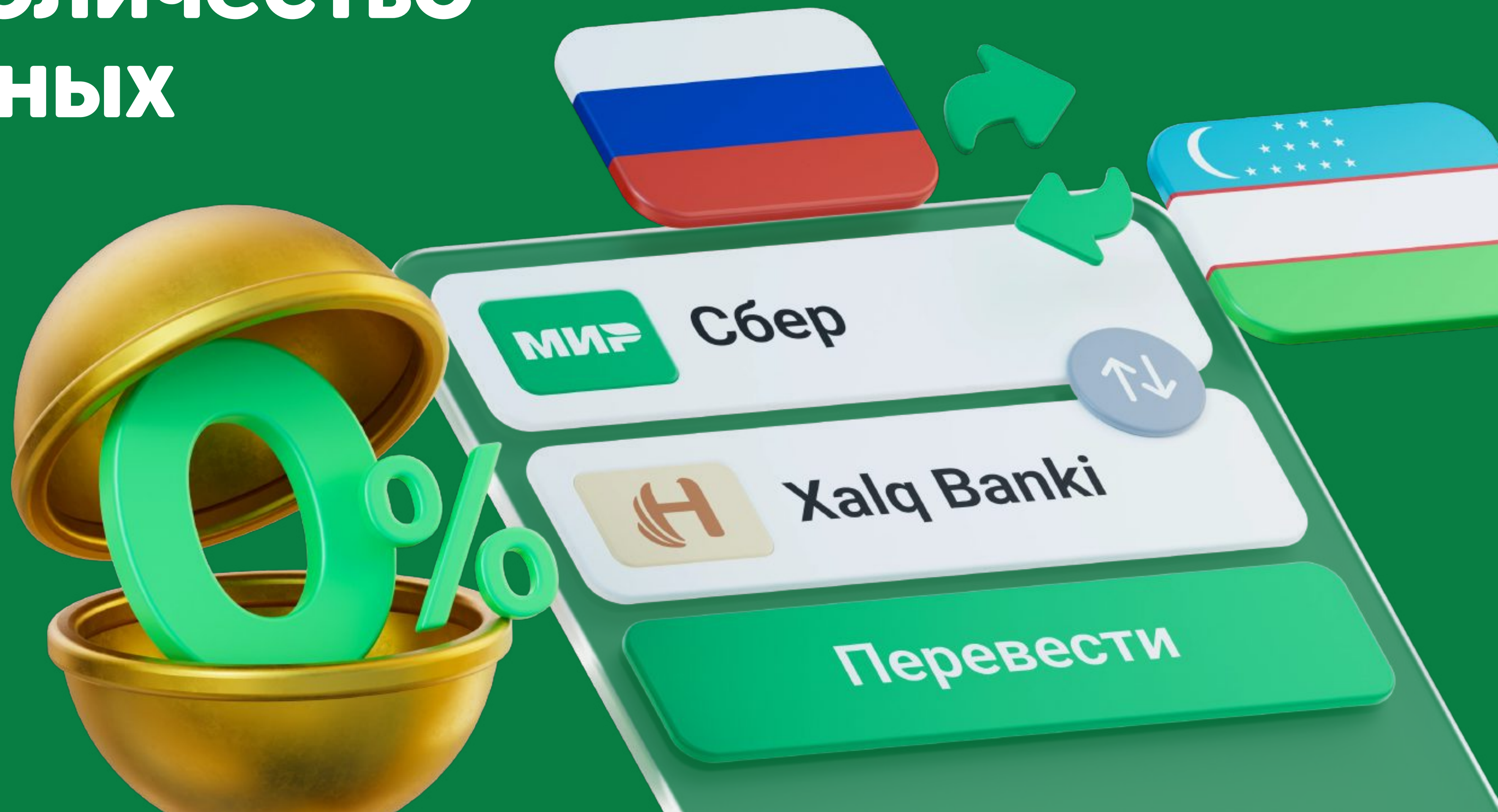


тайная формула успеха:
как за короткий срок мы
увеличили количество
международных
переводов
в 3 раза



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



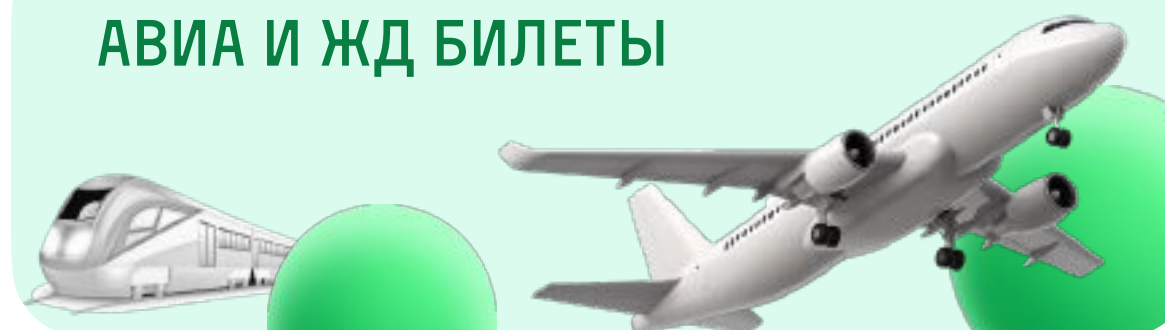
ПЛАТЕЖИ
КЭШБЭК
БОНУСЫ



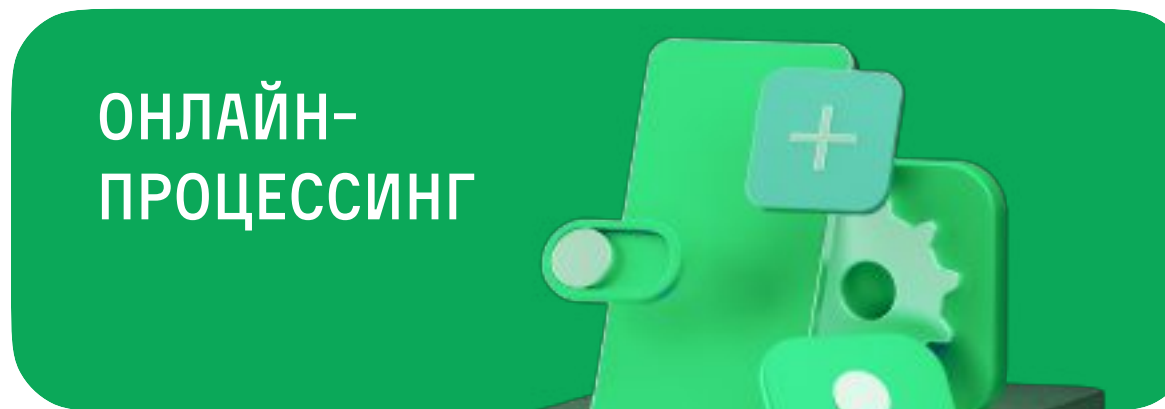
КАРТА И СЧЁТ-КОШЕЛЁК



АВИА И ЖД БИЛЕТЫ



ОНЛАЙН-
ПРОЦЕССИНГ



OPEN BANKING



Проблема

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

Однако, услуги по осуществлению международных переводов имеет существенные недостатки:

Высокие комиссии

Дополнительная финансовая нагрузка на потребителей

Инфраструктурные ограничения

Необходимость использовать разные сервисы для получения и отправления денег

Переводы зарубеж с использованием наличных

Поведенческий паттерн осуществлять переводы с помощью офлайн точек



Контекст

Искусство видеть перспективы в препятствиях. В России много граждан Узбекистана. Функции переводов из Узбекистана пользуются активным спросом у мигрантов из России, находящихся в Узбекистане. По словам пресс-службы ЦБ Республики объем денежных переводов из официальных каналов из России в Узбекистан по итогам 2022 года составил \$14,5 млрд — за год он увеличился в 2,6 раза.

Раунет запустил простое и удобное решение — легко переводить средства с карты на карту. Переводы без комиссии в курс, который останется более выгодным, чем у локальных платёжных систем, Сбербанк, Золотой Короны и Тинькофф.

Задачи

Увеличить количество международных переводов среди соотечественников, **которые живут в Москве**

1. Стимулировать установки приложения Paynet и активное пользование услугами

2. Выбрать наиболее эффективный формат коммуникации

3. Построить широкий охват и знание о продукте в Узбекистане и в Москве

4. Найти точки контакта с целевой аудиторией в России

Трудовые мигранты

Отправляют деньги семье, переводят с узбекской карты себе на российскую

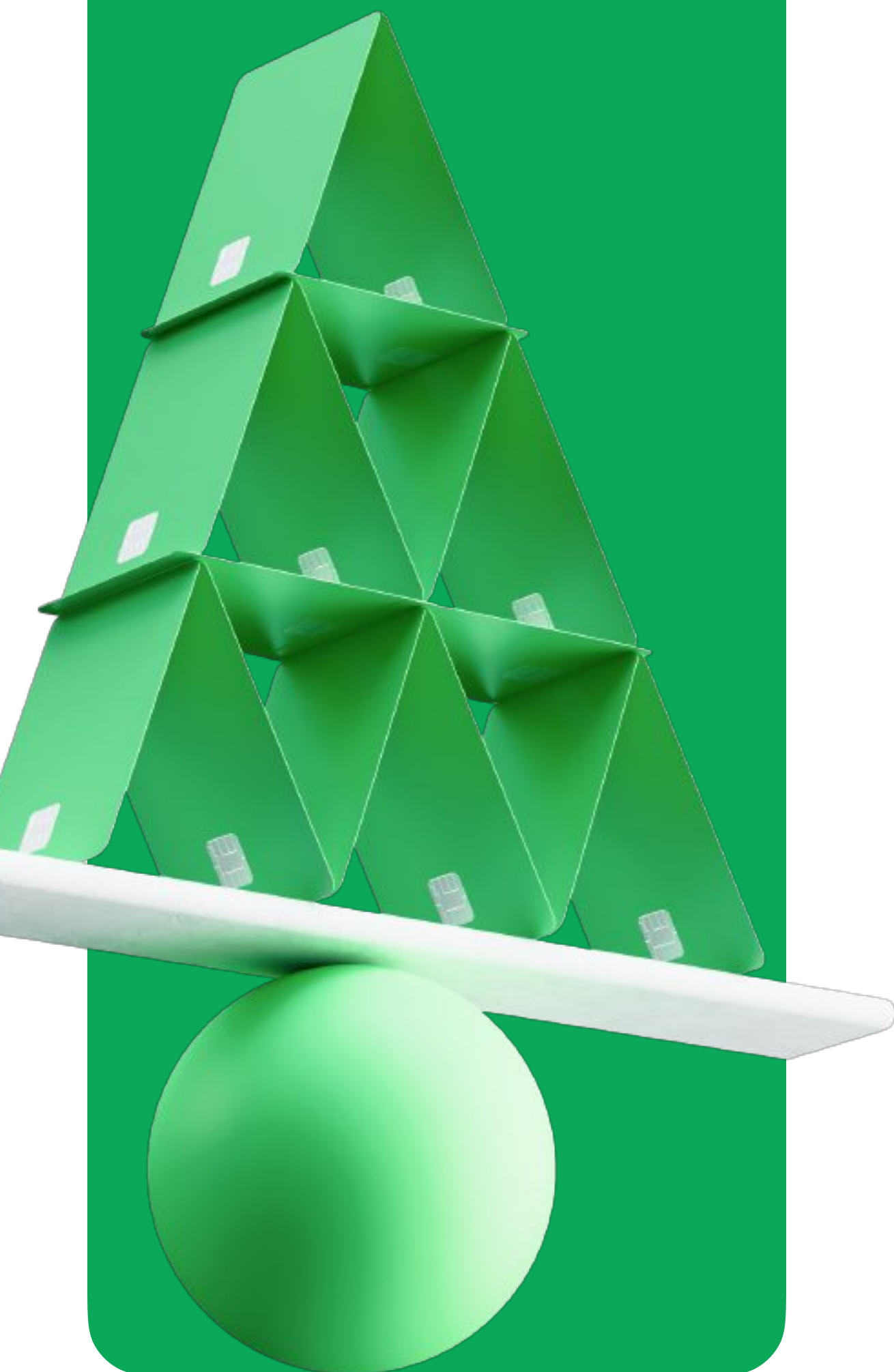


Те, кто живёт в России

Переводят родственникам и друзьям в Узбекистан и Казахстан



Решение



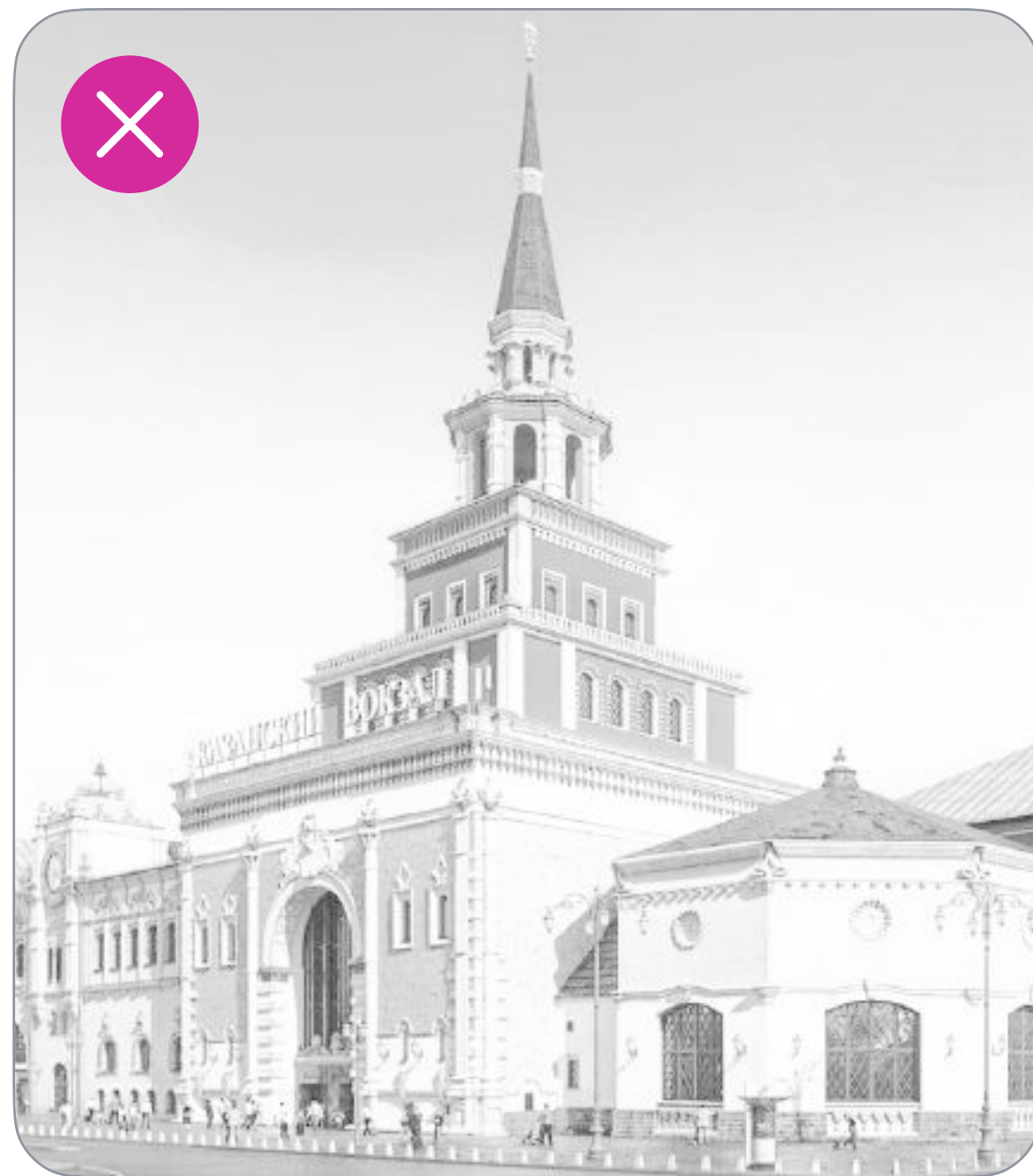
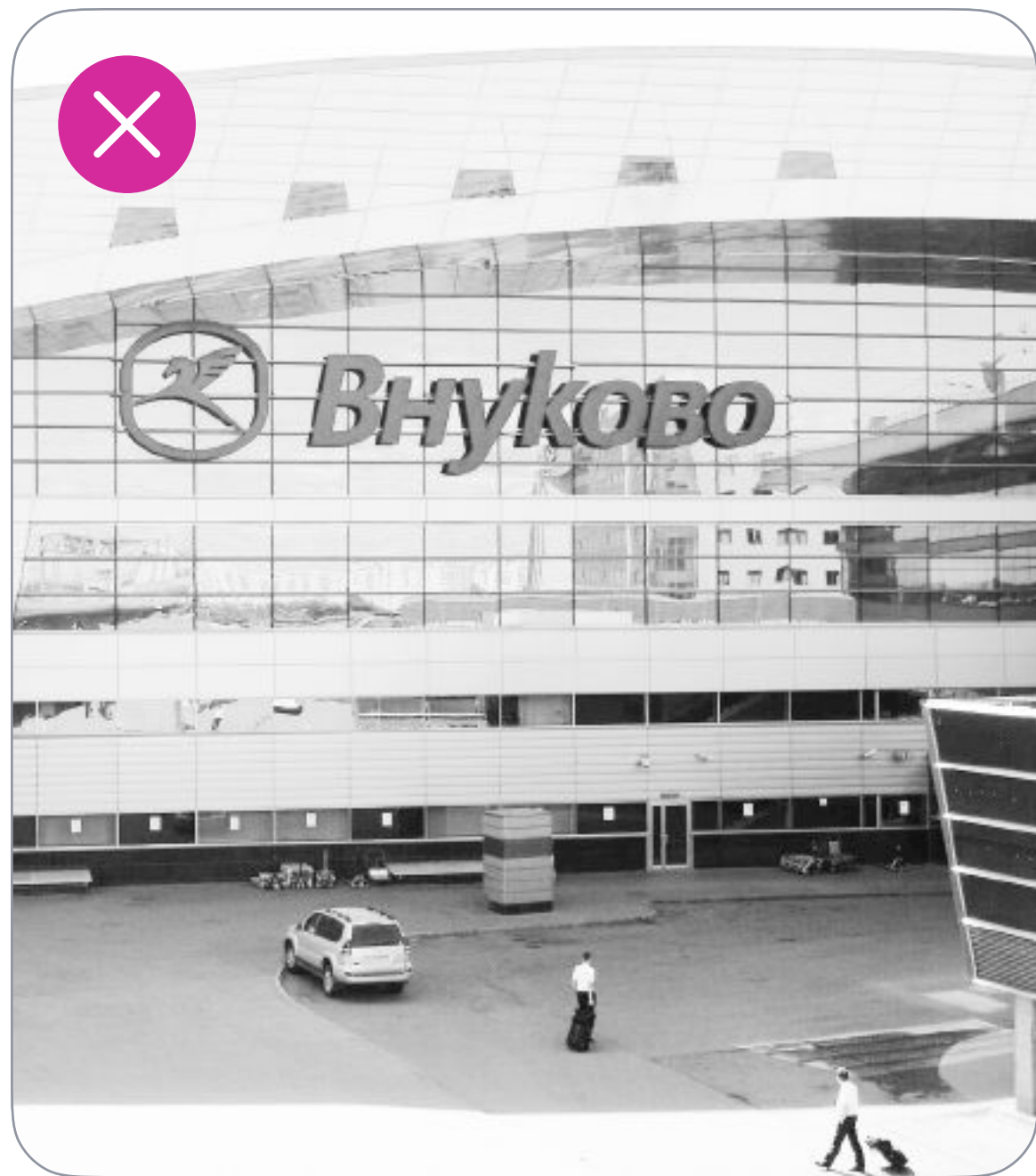
Все новое — хорошо забытое старое

В России недоступна реклама в Facebook, Instagram, Tiktok. А стоимость привлечения клиентов с поисковой и медиа-рекламы будет высокой и неэффективной. Поэтому нам нужны были места, где мы сможем дотянуться преимущественно до граждан Узбекистана, чтобы не платить за не целевой трафик.

Мы определились с тем, что необходимо найти плейсменты в офлайн-точках города с преимущественным скоплением узбекоговорящих.

Одно из решений — найти такие точки в Москве и разместить рекламу на узбекском языке, чтобы выразить нашу заботу, привлечь внимание и рассказать об удобном и бесплатном способе переводить деньги в другие страны — с карты на карту.

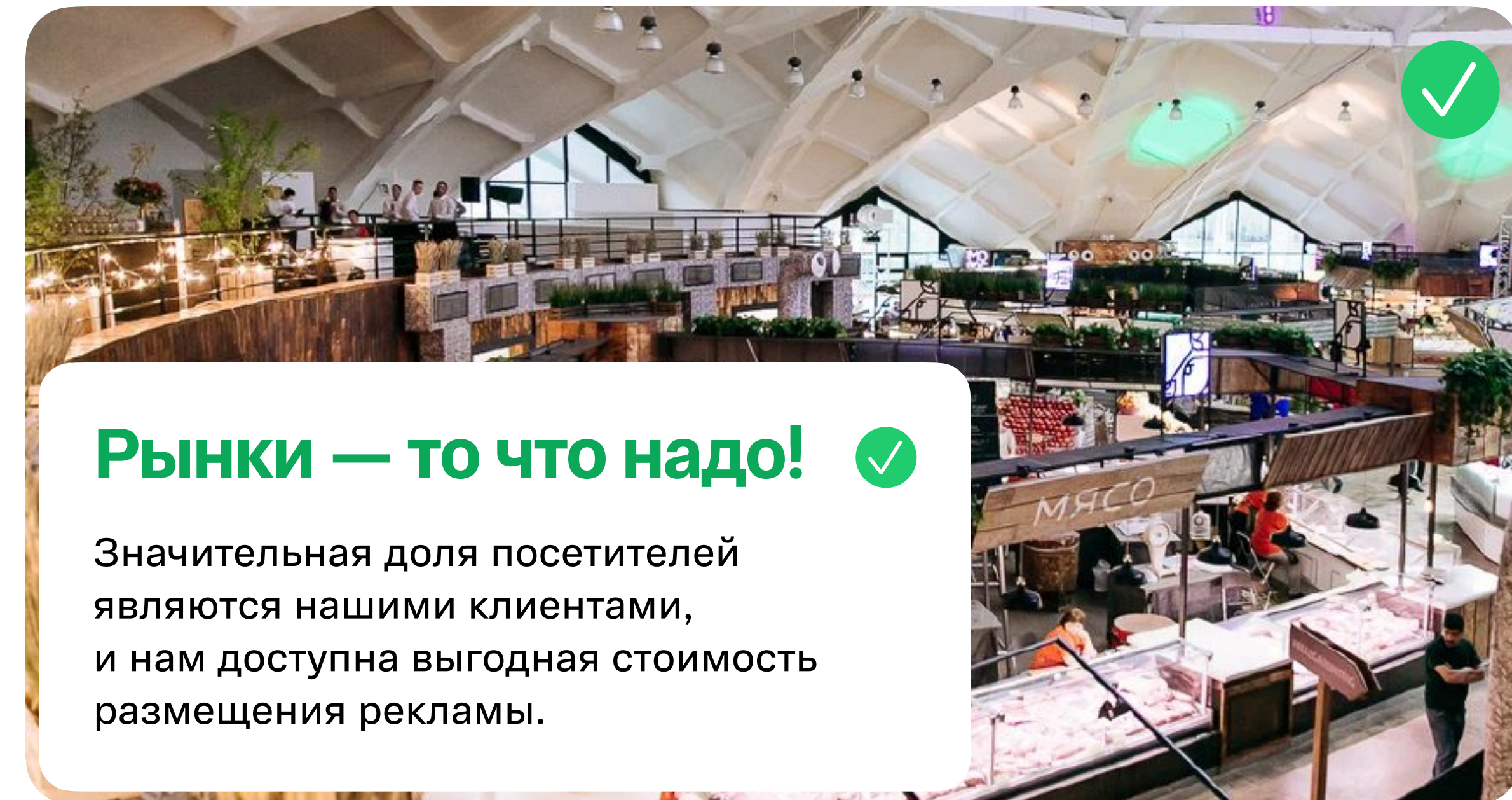
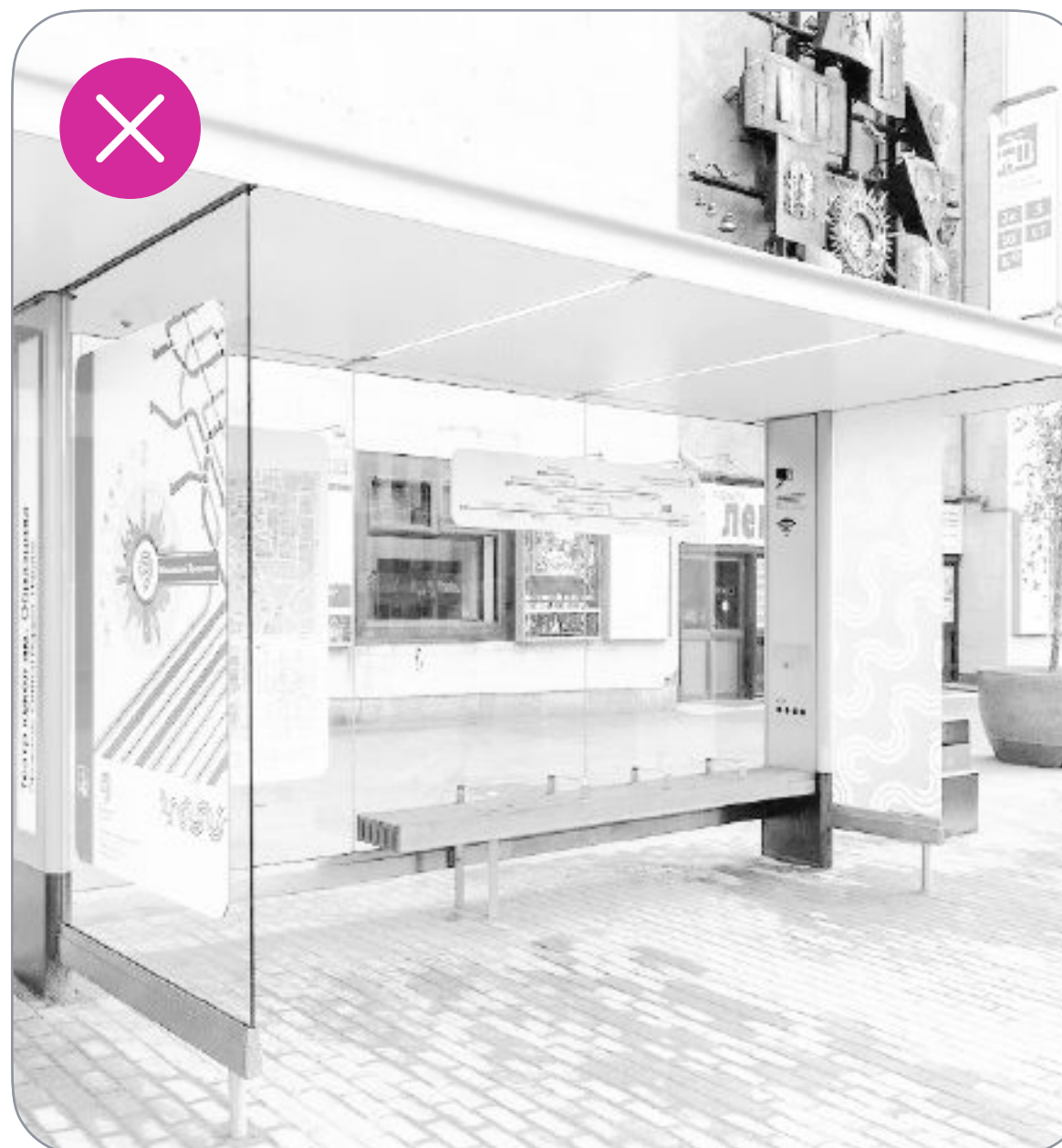
**офлайн-реклама в Москве,
на узбекском языке**



Не подходит



Целевая аудитория составляет лишь небольшую часть общего трафика, а стоимость размещения рекламы в этих местах является высокой



Рынки — то что надо!



Значительная доля посетителей являются нашими клиентами, и нам доступна выгодная стоимость размещения рекламы.

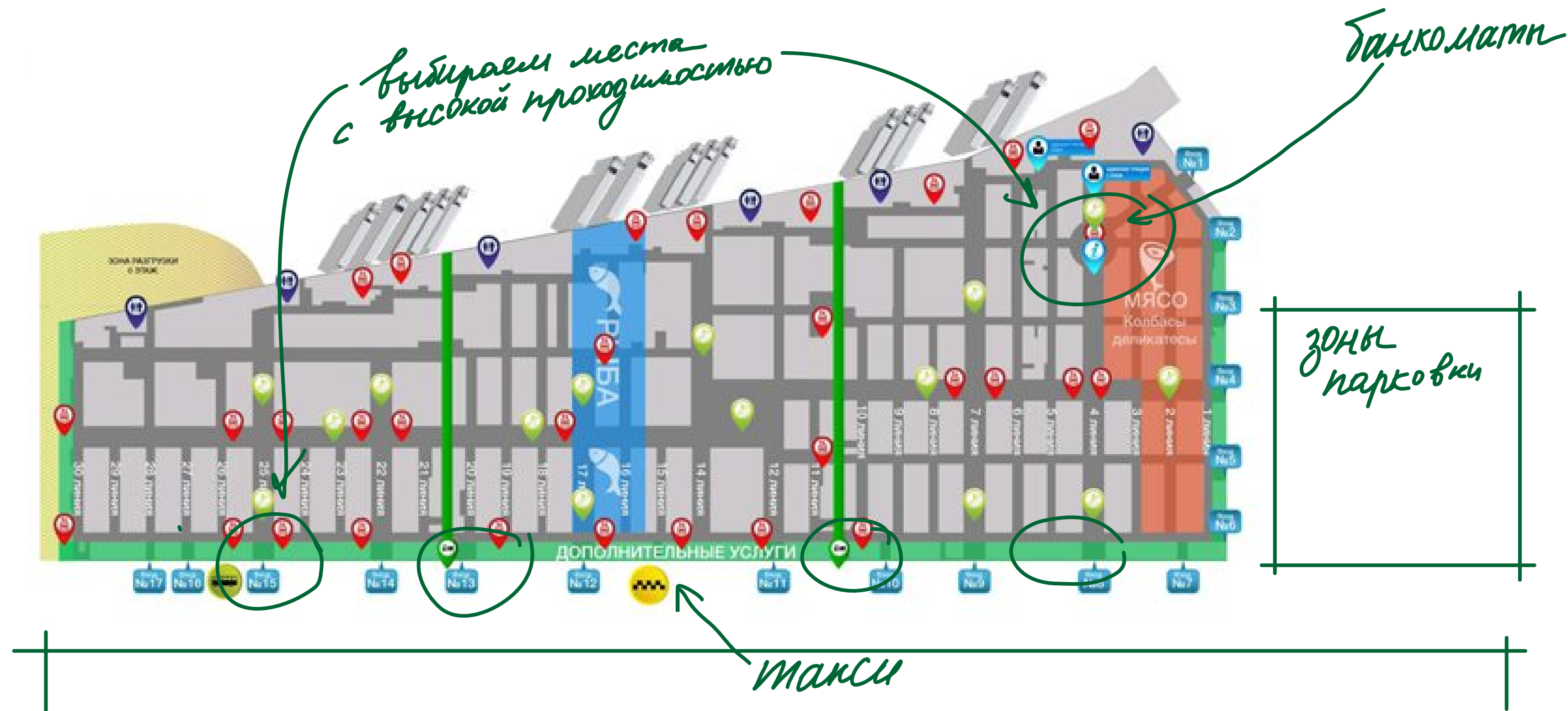
Выбор локации

Мы провели исследование массовых мест Москвы, включая анализ доли нашей целевой аудитории в трафике и стоимости размещения рекламы. Эти данные помогли нам принять взвешенное решение о выборе оптимального места для размещения нашей наружной рекламы в Москве.



Мы выбрали «Фудсити» — это точка притяжения для нашей аудитории

Фудсити — крупнейший продовольственный центр России. Овощи и фрукты, которые можно купить на рынке, привозят в основном из Узбекистана и других стран Средней Азии.



Стратегия

Мы разработали фреймворк по подбору офлайн локации для размещения рекламы и в коммуникации раскрыли преимущества международных переводов через Ruynet — 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

Выбор офлайн локации для размещения наружной рекламы

Запоминание коммуникации

Вовлечённость в рекламу и распознавание рекламы

3*

Демонстрация ключевых преимуществ продукта

Прочная связь с брендом
Создание брендированности



Баннер
и медиаэкран
шириной 15
метров над
главным входом



Баннер с QR-кодом над входом



Парковка



Парковка



Вход в здание



Реклама встречает на входе



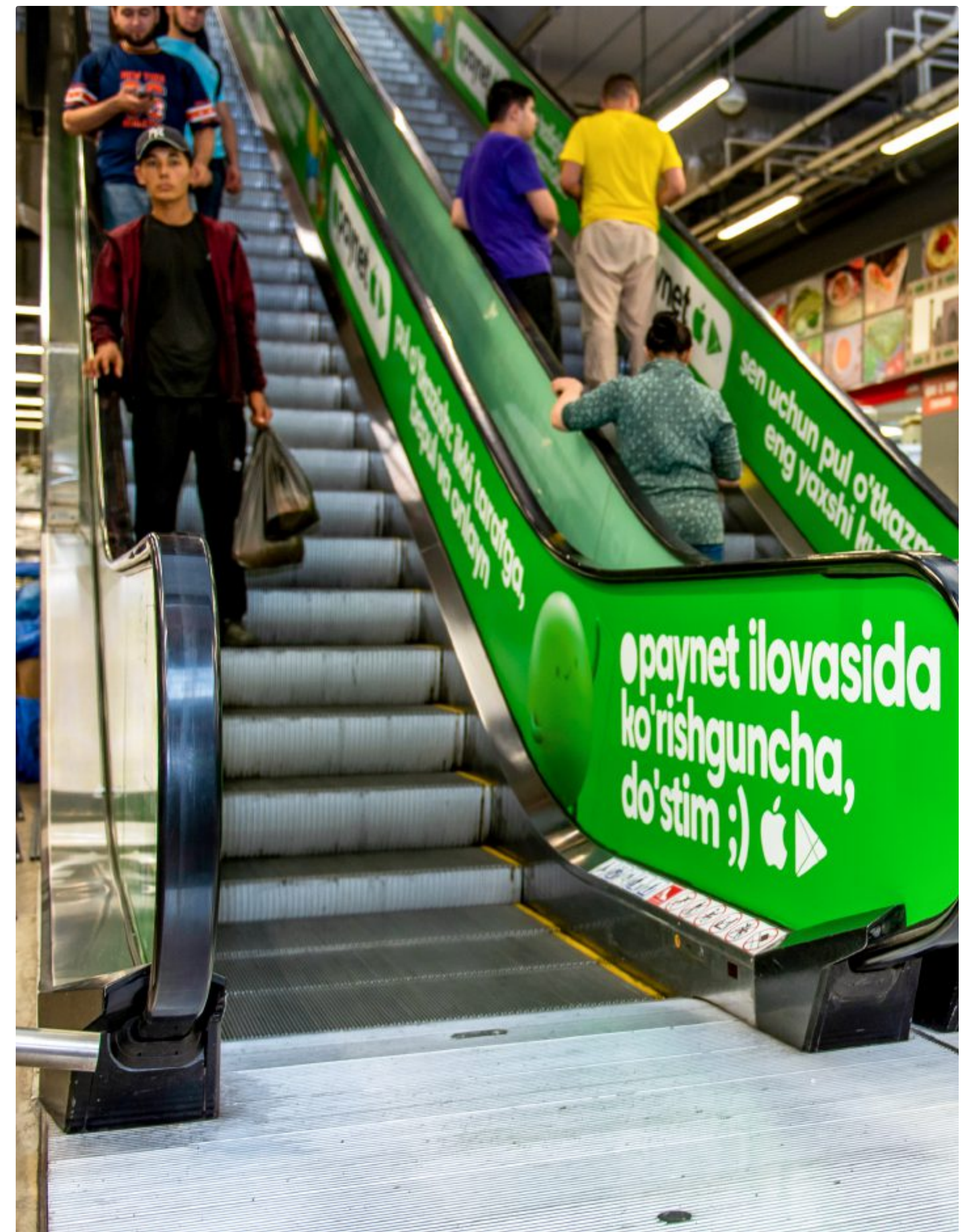
Оформили 3 входных группы



И провожает на выходе



Баннер на главном выходе



Балюстрады эскалаторов рядом с банкоматами

Результаты

+235%

Увеличение объёма
международных переводов

23 тыс.

Новых установок приложения
за первые 2 недели

Увеличение узнаваемости и интереса



● paynet

рахмат.●

