

Обложка

Номинация

Бренд

Краткое название кампании



Creative advertising (one-channel)

Alif

Мечты становятся доступными

Проблема

Опишите проблему или ситуацию, которую призван решить рекламный проект

В Узбекистане слабо развит сегмент потребительского кредитования и рассроченных платежей.

Сравнительно недавно запустились сервисы предоставляющие услуги рассрочки, однако, эта ниша по-прежнему остаётся привлекательной для инвестиций.

Большое значение в развитии сегмента рассрочки играет повышение финансовой грамотности населения, обучение навыкам планирования бюджетов и умного распределения средств.

Чтобы теплые воспоминания стали ближе, а желанные покупки доступнее для всей семьи, Alif запустил выгодную халяльную рассрочку alif nasiya.

Идея

Расскажите о ключевой идее проекта, которая привела к результату, как она появилась

Чтобы повысить лояльность и доверие пользователей, а также повлиять на развитие сервисов рассрочки, в рамках запуска сервиса nasiya от Alif, было решено сделать акцент в пользу надежности, а также гибкости и простоты в использовании сервиса.

Ключевое сообщение на запуске - без сложных процедур и лишней бумажной волокиты - все происходит быстро и удобно онлайн.

Рассрочка - это умное распределение бюджета.

Таким образом компания коммуницировала пользователям сообщение о том, что хочет, чтобы каждый человек мог осуществлять свои мечты, планируя покупки и распределяя расходы.

Реклама



Результат

Расскажите о полученных результатах исходя из выбранных инструментов измерения.

6 440 327 охвата