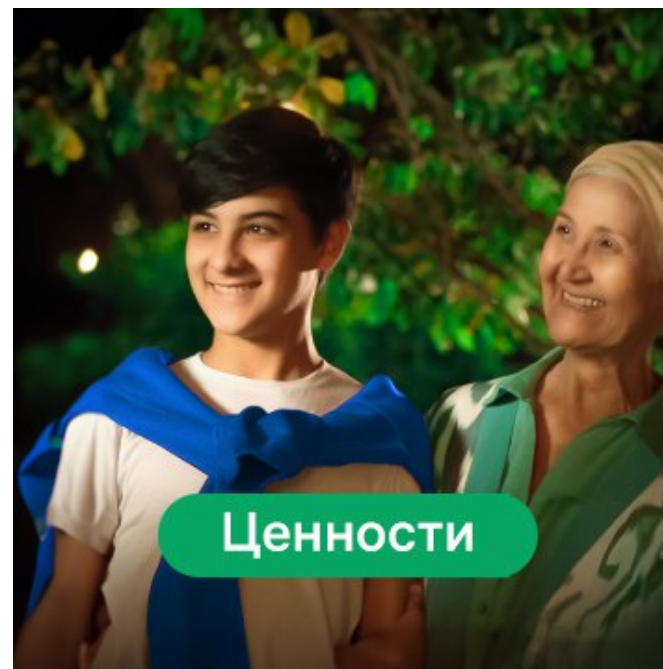


Обложка

Номинация

Бренд

Краткое название кампании



Кампания с использованием национальных ценностей

Alif

Ценности

Проблема

Опишите проблему или ситуацию, которую призван решить рекламный проект

Особенность местного рынка р2р переводов с карты на карту - осуществление их через номер карты, что, во-первых, неудобно для пользователя, во-вторых, увеличивает риски мошеннических атак.

Также такая система переводов значительно усложняет пользователю регулярные переводы, так как платежные системы не дают возможности поисковой выдачи переводов с карты на карту по номеру карты.

Однако, этот метод переводов настолько укоренился в местной среде, что зачастую у пользователя может не быть альтернативы. Мы решили подчеркнуть несколько сценариев денежных переводов, и предложить решения с использованием национальных идиом, шуток и устойчивых фраз.

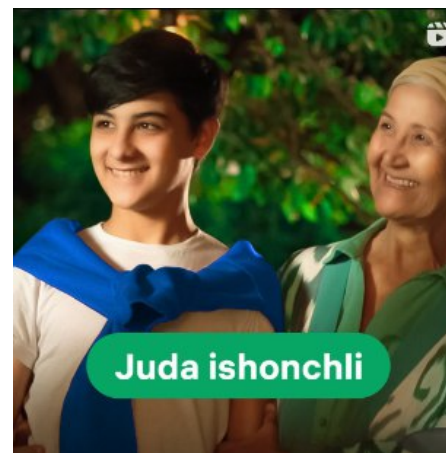
В рамках активации на переводы с карты на карту, мы сняли несколько роликов и сделали мультимедийное сообщение о том, почему с alif mobi переводить деньги безопасно, просто и удобнее.

Идея

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

В рамках активации на переводы с карты на карту, мы сняли несколько роликов и сделали мультиканальное сообщение о том, почему с alif mobi переводить деньги безопасно, просто и удобно.

Реклама



Результат

Расскажите о полученных результатах исходя из выбранных инструментов измерения.

6,4 млн охватов с помощью ТВ и диджитал, рост количества переводов с карты на карту на период кампании увеличилось на 2.3%