

# რე|ბანკი

## 1. რე|ბანკის შესახებ

რე|ბანკი პაშა ბანკის შვილობილი ბრენდია საცალო საბანკო მიმართულებით. ის 2019 წლის აგვისტოში დაარსდა და მომხმარებელს გამჭვირვალე პირობებსა და კეთილსინდისიერ მომსახურებას სთავაზობს. კომპანიის მიზანია, შეცვალოს ბანკების მიმართ ნეგატიური დამოკიდებულება და პროდუქტებით დაამტკიცოს საკუთარი კეთილსინდისიერება.

### Tone of voice

რე|ბანკს სურს, მომხმარებლის სანდო მეგობარი გახდეს და მისი ყოველდღიურობა უკეთესი გახადოს. ეს მეგობრობა ურთიერთმომგებიანია ორივესთვის და ამაზე მეტყველებს რე|ბანკის პროდუქტებიც.

ბანკი მომხმარებელთან გულწრფელი და მეგობრულია - მარტივი, თუმცა არაფამილარული ენით ესაუბრება მას. და რაც მთავარია, ცდილობს, საქმიანობა დაანახოს ეს სიმარტივე და მეგობრული დამოკიდებულება.

## 2. რე|ბანკის პროდუქტები

რე|ბანკი მომხმარებელს სთავაზობს: ტოპქარდს, სესხებს, ანაზრებს, პროდუქტ #4-ს (ახალ ბარათს), პროდუქტ #5-ს. (პროდუქტები დალაგებულია პრიორიტეტულობის მიხედვით)

**ტოპქარდი** ბანკის მთავარი პროდუქტია. ის განსხვავდება სტანდარტული საკრედიტო ბარათისა და განვადებისგან. ტოპქარდი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს, იყიდოს სასურველი ნივთი თუ მომსახურება, გადახდილი თანხა კი თვეებზე

# რე|ბანკი

გადაანაწილოს, დანამატის გარეშე, ეფექტურ 0%-ად. ბარათზე ერთხელ უმტკიცდება მომხმარებელს 10,000 ლარამდე თანხა და შემდეგ მრავალჯერ შეუძლია მისი გამოყენება.

## სამიზნე აუდიტორია:

ასაკი: 25-დან 45 წლამდე ქალები და კაცები.

ლოკაცია: თბილისი (ძირითადი), რუსთავი, გორი, ქუთაისი, ბათუმი.

ქცევა: ადამიანები, რომლებსაც ტოპქარდი იქნება ერთი მხრივ, სურვილების ასრულების; ხოლო მეორე მხრივ, დაგეგმილ თუ მოულოდნელ ხარჯებთან გამკლავების საშუალება. მომხმარებლები, რომლებიც ტოპქარდს იმ მეგობრად აღიქვამენ, ვისთან ერთადაც გონივრულად გეგმავენ წვრილმან თუ მსხვილ ხარჯებს.

## ძირითადი მესიჯები:

*იყიდე ახლა, გადაიხადე მერე*

*ხარჯე გონივრულად*

**მიზანი:** ცნობადობის ამაღლება ამ ორი მთავარი მესიჯის ირგვლივ - რა უპირატესობა აქვს პროდუქტს, რატომაა ის ნამდვილად 0%-იანი და როგორ შეგიძლია ხარჯო გონივრულად.

## 3. დავალება და ჩვენი მოლოდინი:

დავალების აღწერა

# რე|ბანკი

SM კამპანიის მიზანია, რე|ბანკის ცნობადობის გაზრდა და მისი, როგორც მეგობრული და სანდო ბრენდის იმიჯის შექმნა. ეს ნაწილობრივ მოიცავს ტოპ|ქარდის იმიჯის შექმნასაც, რადგან დიდწილად სწორედ ამ პროდუქტით საუბრობს ბანკი.

საკომუნიკაციო კამპანიის მიზანია, ტოპ|ქარდის, როგორც მეგობარი ბარათის იმიჯის შექმნა, რომელიც ნებისმიერ დროს, ნებისმიერ წარმოწყებაში მათ გვერდითაა და მზადაა დასახმარებლად.

კამპანია გასაგები, თუმცა დამაჯერებელი ტონით უნდა ხსნიდეს შემდეგს: რას გულისხმობს გონივრულად ხარჯვა და როგორ არის ის მოსახერხებელი ტოპ|ქარდთან ერთად. ჩაშლილი კომუნიკაცია უნდა მოიცავდეს ნამდვილად 0%-იან გადანაწილებას და BNPL-ის არსის ახსნასაც. შესაბამისად, კამპანიის მიზანია, ბარათის უპირატესობების უკეთ გაცნობა. თუმცა არა კომერციული, არამედ ცნობიერების ამაღლებაზე ორიენტირებული ქონთენით.

## რას ველით

სატენდერო დავალების ფარგლებში გთხოვთ მოგვაწოდოთ:

- თქვენი ხედვა, ზემოთ აღწერილი დავალების მიხედვით, როგორი შეიძლება იყოს კამპანიის პირველი 2 კვირის გეგმა/კალენდარი;
- კამპანიის ძირითადი მესიჯების აქცენტები;
- KV-ს moodboard;
- კამპანიის გამხსნელი პოსტის ქოფის სრული ვერსია.

კამპანიის ძირითადი საკომუნიკაციო არხები: Facebook, Instagram და LinkedIn.

# რე|ბანკი

მოწოდების ვადა

გთხოვთ გამოგვიზავნოთ თქვენი შეთავაზებები 20 მარტი 15:00-მდე.