

Клиент «Билайн»  
Кейс «Доверительный  
платеж»  
Видеобаннер

Ссылка на баннер  
Ссылка на видео

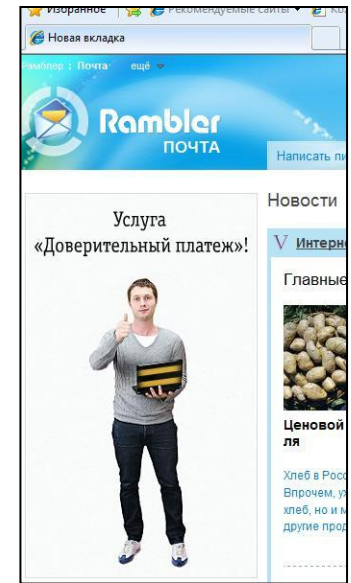
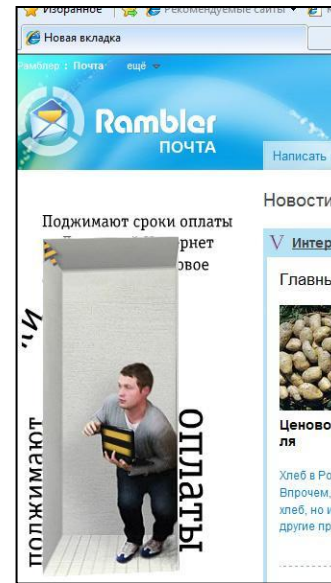
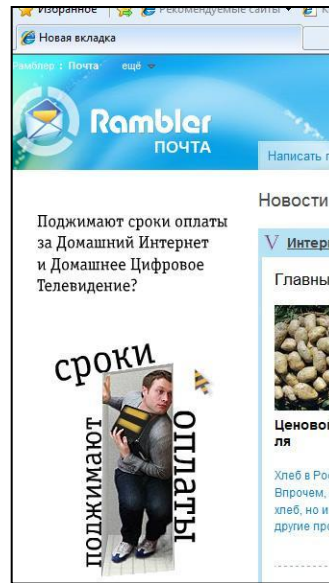
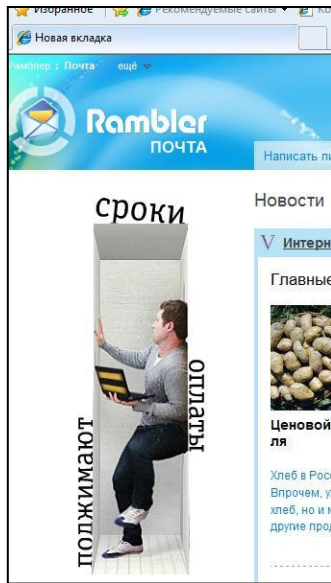
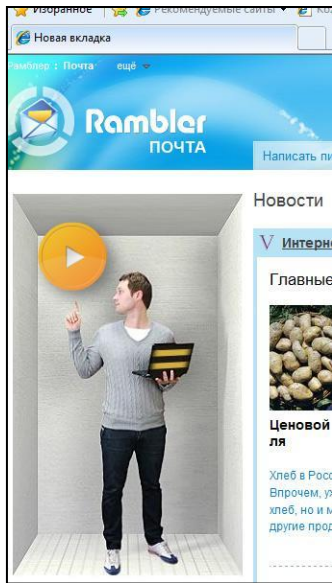
# Задача

- В рамках стандартного медийного размещения привлечь внимание , а также инициировать использование абонентами услуги «Доверительный платеж»
- Данная услуга позволяет абоненту пользоваться Домашним Интернетом и ТВ «Билайн» в кредит, в течение 7 дней после окончания срока действия предыдущего платежа. При этом никакая дополнительная плата за пользование услугой не взимается
- Целевая аудитория - существующие пользователи Домашнего Интернета и ТВ «Билайн». Возраст 18-35 лет, со средним и выше среднего доходом, мужчины, женщины 50/50
- Инсайт - Я пользуюсь Домашним Интернетом и/или ТВ от Билайн. Когда сроки оплаты поджимают, я очень переживаю, что не успею произвести оплату услуг своевременно

# Идея

- Визуализировать ситуацию, когда поджимают сроки платежа за интернет и ТВ с помощью стандартного формата баннера
- По брифу были предусмотрены только стандартные баннерные размещения

# Раскадровка



Ссылка на баннер  
Ссылка на видео

# Исполнение

- Стандартные баннерные форматы были выбраны клиентом для достижения поставленной задачи. Заранее был предоставлен медиа-план с утвержденными размерами, в которые нужно было вписаться. Агентством была предложена реализация идеи в видеобаннере
- Сама идея очень гибкая, так как легла на все баннерные форматы указанные в медиа-плане, не теряя идеи, сообщения и визуального восприятия

# Результат

- Клиент не имеет возможности предоставить результаты кампании, но отметил что кампания прошла успешно
- По итогам опроса пользователей восторгу не было предела! Они подметили тонкость решения и неожиданное исполнение