



# Промо в общих интересах

## Часть 1. Задача:

- Интегрировать QIWI Wallet в программы лояльности как b2b так и2с сегмента, тем самым...
- увеличив количество зарегистрированных пользователей и оборот платежной системы

## Часть 2. Логика решения:

- Программы лояльности любых брендов
- Интеграция в популярную механику «подарок за покупку»
- Из всех возможных подарков мы выбираем денежные призы, как самый универсальные: и с точки зрения бренда, и с точки зрения потребителя

## Подарок за покупку. Как это было раньше:

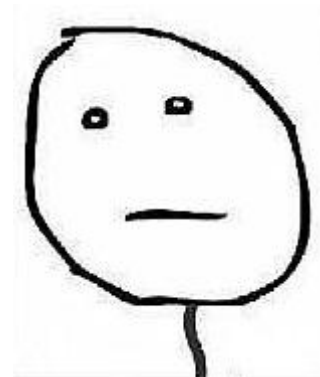


### Скретч-карта (альтернативное выражение скидки)

- Нет выбора. Можно потратить только в вашем магазине или сети
- Имеет смысл только для значительных сумм

### Деньги на мобильный

- Нет выбора
- Это скучно и не для всех актуально



## Подарок за покупку. Как это может быть сегодня:

- Дарим деньги в QIWI Wallet
- Пользователь получает просто деньги, которые можно потратить на нужные именно ему товары или услуги
- Разнообразие интерфейсов – для любых категорий пользователей и брендов



View In iTunes



## Почему это работает. Что получает клиент:

### 1. Мы не решаем за пользователей, куда потратить деньги

Участники акции получают деньги в свой QIWI Wallet и могут потратить деньги на свое усмотрение

- Интернет, мобильный телефон
- Покупка контента или оплата услуг соцсетей
- Виртуальный или реальный шоппинг

### 2. Имеет смысл даже небольшая сумма

Как мелкие, так и крупные покупки. Можно потратить мелкую сумму, а можно накопить на значительный приз

### 3. Онлайн и офлайн

- QIWI Wallet
- Виртуальные карты
- QIWI Plastic

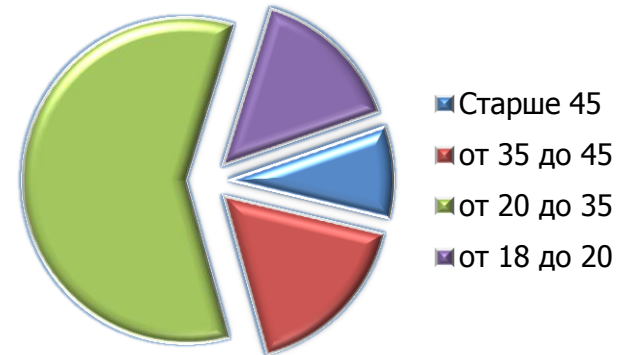
## Что получает бренд:

- **Аудиторию QIWI,**  
численно сравнимую с аудиторией Первого канала Российского ТВ
- **Универсальный денежный приз,**  
актуальный для любой промо-акции
- **Эффективную механику раздачи призов:**  
QIWI Wallet, QIWI Терминалы, виртуальные и пластиковые карты QIWI...  
позволяют людям в удобном для них режиме распорядиться денежным призом!



## Наши пользователи – ваша аудитория:

- Современные люди с активной жизненной позицией
- М / Ж = 65 / 35%
- Ядро – от 18 до 35 лет
- Активно используют интернет, ценят комфорт и удобство
- Увлекаются современными технологиями, но не гики

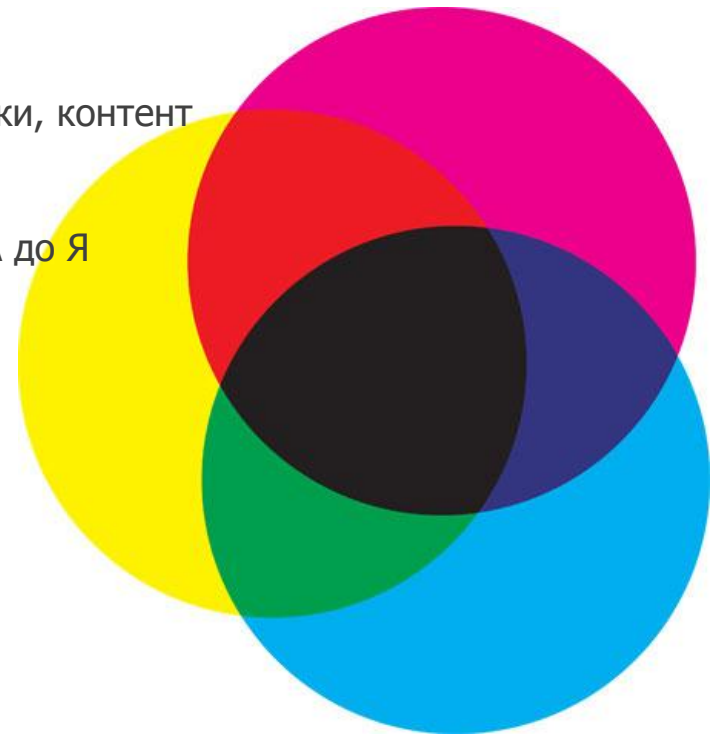


- 60 000 000 пользователей QIWI Терминалов
- 4 000 000 активных пользователей QIWI Wallet
- **Каждый ваш клиент** является потенциальным пользователем QW

## Деньги нужны всем:

Самые разные срезы ЦА

- Молодежь, школьники, студенты приобретают атрибуты lifestyle: от приложений для iPhone до модных гаджетов
- Женская аудитория – онлайн и офлайн шоппинг
- Мужская аудитория – товары для авто, софт, ставки, контент
- Фрилансеры – всевозможные денежные переводы
- Офисные работники – всевозможные покупки от А до Я
- И так далее...





# Доступные механизмы активации

## Как распространять промо-коды

- Промо-коды на скретч-картах
- Промо-упаковках
- Под крышками продуктов (например, пиво)

## Как активировать промо-коды

- 100 000 QIWI Терминалов
- На промо-сайте
- SMS

## Вы сможете включить в промо максимально широкую аудиторию:

Продвинутая аудитория пользователей QIWI Wallet может быть численно усилена массовой аудиторией QIWI Терминалов.



View In iTunes

## Как это работает

1. Вы создаете/получаете бриф
2. Мы предоставляем вам процессинг и каналы выплат
3. Вы получаете эффективную промо-акцию

Вы значительно расширяете аудиторию промо-акции за счет

- удобной механики выплаты вознаграждения и
- Инфо каналов QIWI

**CAPTAIN OBVIOUS**



## Часть 3. Кейсы. Пиво Старый Мельник



- 5 рублей под каждой крышкой пива «Старый Мельник из бочонка»
- Активация кодов через терминалы, сайт, SMS
- Любители пива «Старый Мельник» получили несколько миллионов рублей в виде выплат в QIWI Wallet
- Не все из них использовали QIWI Wallet, чтобы потратить деньги, т.к. были предусмотрены и более простые механизмы (без регистрации в системе)

ПРАВИЛА О ПРОДУКТЕ ПЛАВНЫЙ ПРИЗ ПРИЗЫ QIWI Кошелек ПОБЕДИТЕЛИ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ВХОД

**Старый Мельник**  
из бочонка пиво

QIWI Кошелек

Вы можете потратить полученные деньги

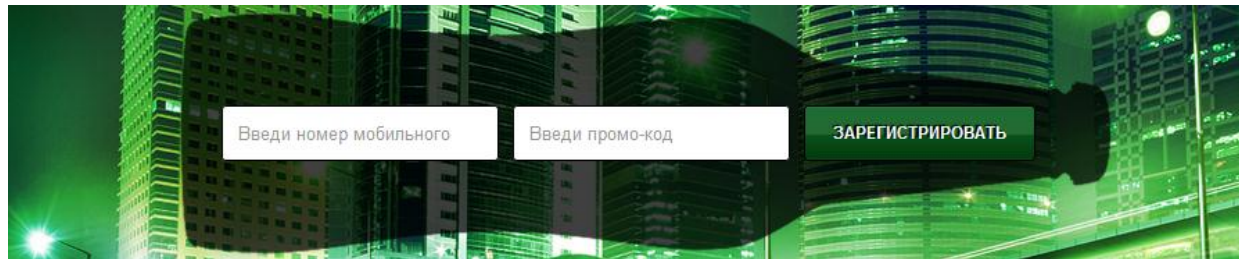
**Условия**

**Регистрация прошла успешно**

Сумма к зачислению в QIWI Кошелек: **99 руб.**

**Ax22ptpn** Код зарегистрирован. Ожидайте зачисления 5 руб. в Ваш QIWI Кошелек.

## Пиво «Доктор Дизель» и «Курс»



Решение:

- Код под крышкой. При регистрации кода 1 кода покупатель получает 10 баллов = 10 рублей в QIWI Кошелек
- Активация призовых кодов через промо-сайт + SMS-активация кодов

Результат:

- Покупатели «Доктор Дизель» и «Курс» получили несколько миллионов рублей



Кейс: 30 000 рублей для тех, кто в Coors'e

## Кейс: карты Hewlett Packard

Мотивационная программа для Hewlett Packard. При покупке офисной техники клиент получал деньги в QIWI Wallet. Идея реализована в виде скретч-карты номиналом 300, 500, 1000 рублей

Купи принтер или устройство  
принтер-сканер-копир HP\*  
и получи 1000 рублей\*\*

# 1000 руб

\* HP LaserJet Ent 500 Color серии M551,  
HP LaserJet Pro 400 Color серии M451,  
HP LaserJet Pro 400 MFP серии M425,  
HP LaserJet P3015dn,  
HP LaserJet Pro 400 Color MFP серии M475  
\*\* Сумма зачисляется на счет в платежном  
сервисе QIWI Кошелек



## Подарочные карты для мотивации сотрудников или клиентов



По вашему желанию может быть разработан специальный дизайн подарочной карты и выгодные вам мотивационные условия акции:

- Вы определяете номинал карты и условия мотивационной программы
- Ваши сотрудники или клиенты получают деньги за выполнение условий акции
- Активация призовых кодов возможна через SMS, на сайте или в QIWI Терминалах

## Часть 4. Выводы

### 3 правила от Капитана Очевидность:

- Деньги – универсальный подарок (как для заказчика, так и для клиентов)
- К каждой акции – индивидуальный подход
- Что посеешь – то и пожнешь. Прямая зависимость результатов акции от качества и количества информационных размещений

**CAPTAIN OBVIOUS**



# Обращайтесь

Visa QIWI Wallet

<https://visa.qiwi.com/>



Гакер Максимилиан  
+7 (965) 401 63 19  
[m.gaker@qiwi.ru](mailto:m.gaker@qiwi.ru)