Việt Nam | Indonesia | Thái Lan
Mở rộng Philippines, Malaysia, Lào, Nhật Bản.

www.awing.global

AWING



CASE STUDY
BANK FINTECH

Presented by the Market Capital Development Team

AWING Mobile Location-Based Marketing Channel

"ĐIỂM LƯU THÔNG TIỀN TỆ" MÀ KHÔNG NGÂN HÀNG NÀO MUỐN BỎ LỠ

WHY AWING

TẬP NGƯỜI DÙNG ĐANG RÚT TIỀN, QUẸT THẺ, MỞ ỨNG DỤNG NGÂN HÀNG, CHI TIÊU

- Gần 10.000 điểm tiêu dùng phân bố rộng rãi từ big money (cà phê, nhà hàng sang trọng, siêu thị, trung tâm thương mại, phòng tập,...) đến small money (cửa hàng tiện lợi, cà phê bình dân...)

KÊNH LBM DUY NHẤT ĐEM HÀNH VI TIÊU DÙNG THẬT LÊN NỀN TẢNG SỐ

- Kênh LBM duy nhất có các điểm chạm kỹ thuật số, nơi mỗi người dùng khi kết nối đều tạo ra một điểm dữ liệu, cho phép ngân hàng đưa họ vào hệ sinh thái số của mình (CRM, Ứng dụng, Trang web,...)

HỖ TRỢ TIẾP THỊ HIỆU QUẢ

- Cho phép thu thập ngay thông tin của người dùng có nhu cầu trải nghiệm dịch vụ và đăng ký sản phẩm của ngân hàng.

OUR SOLUTIONS

GIỚI THIỆU CÁC SẢN PHẨM TÀI CHÍNH

Mục tiêu theo loại hình điểm bán và hành vi tiêu dùng:

- Gói vay cho việc làm đẹp tại trung tâm mua sắm, nhà hàng, quán cà phê, gym
- Gói vay khởi nghiệp tại các vị trí theo phong cách kinh doanh
- Gói vay học phí cho sinh viên tại trường Đại học, THPT

CHẠY CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI ĐẾN ĐÚNG NGƯỜI ĐÚNG THỜI ĐIỂM

AWING cho phép giao tiếp dựa trên hành vi và phân khúc người tiêu dùng. Ex:

- Thẻ tích lũy dặm bay tại sân bay
- Thẻ VIP, đặc quyền tại F&B cao cấp, phòng chờ thương gia, trung tâm thể dục 5 sao, v.v.
- Trúng thưởng chuyến du lịch Nhật Bản tại các chuỗi nhà hàng, quán cà phê phong cách Nhật, v.v.

HỖ TRỢ THU THẬP NGAY THÔNG TIN NGƯỜI DÙNG QUAN TÂM ĐẾN CÁC SẢN PHẨM CỦA NGÂN HÀNG

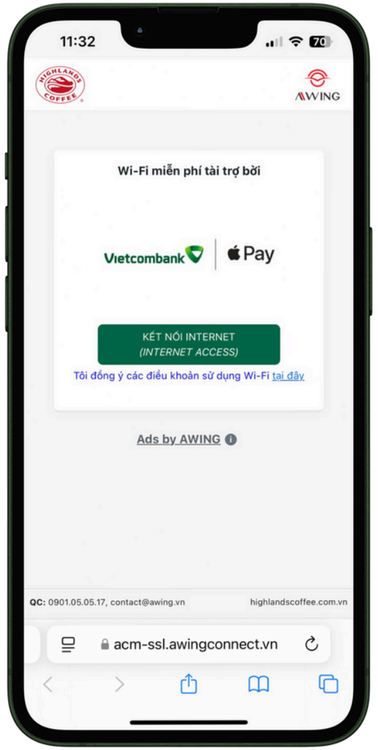
Our clients

Vietcombank BIDV Sacombank Shinhan Bank momo VNPAY Cho cuộc sống đơn giản hơn viettel money

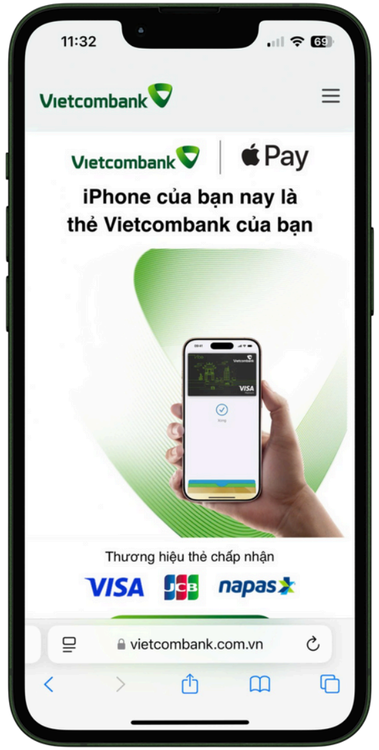
Vietcombank

Demo only

Nhiều chiến dịch đồng thời với các mục tiêu khác nhau (đối tượng, khu vực, sản phẩm, định dạng quảng cáo, v.v.)









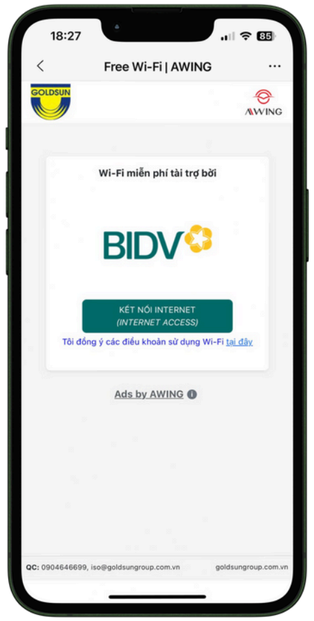




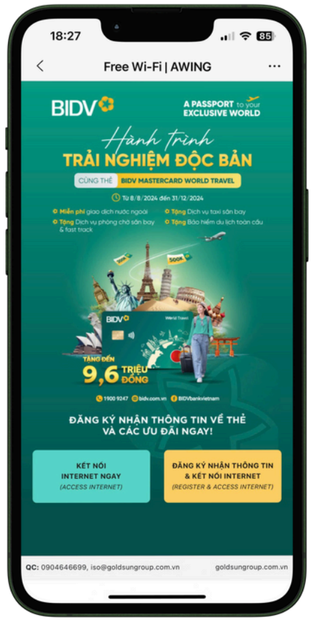




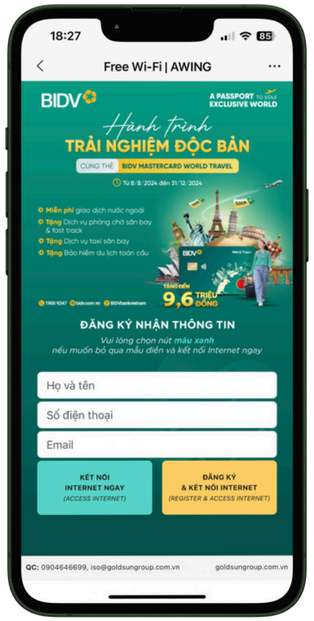




Bước 1:
Logo



Bước 2.1:
Banner có 2 nút
(đăng ký hoặc
truy cập mạng)



Bước 2.2:
Kích hoạt
banner data
form khi chọn
"đăng ký".



Extra Value:
Landing Page

ĐỐI TƯỢNG CỤ THỂ

Người dùng cao cấp thường tham gia vào các chuyến du lịch hoặc công tác.

MỤC TIÊU CỦA CHIẾN DỊCH

Thúc đẩy việc phát triển khách hàng tiềm năng cho chương trình Hỗ trợ Du lịch Toàn cầu của BIDV Mastercard.

GIẢI PHÁP AWING

WHY AWING

- Người dùng cao cấp được phân loại một cách hiệu quả dựa trên hành vi tiêu dùng thực tế tại địa điểm.
- Kênh kỹ thuật số độc nhất tại các sân bay

ĐỊNH DẠNG

Biểu ngữ tương tác (tùy chọn kết hợp biểu ngữ CPA)

75%
Engagement Rate

0.1%
Conversation

Sacombank
Bancassurance

KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU
Khách hàng thượng lưu, gia đình hiện đại tại các quán cà phê, nhà hàng, khu giải trí cho trẻ em.

MỤC TIÊU CỦA CHIẾN DỊCH
- Tối ưu hóa sự tương tác với ngân sách hạn chế
- Thu thập ngay lập tức những người dùng có nhu cầu (dữ liệu theo thời gian thực)

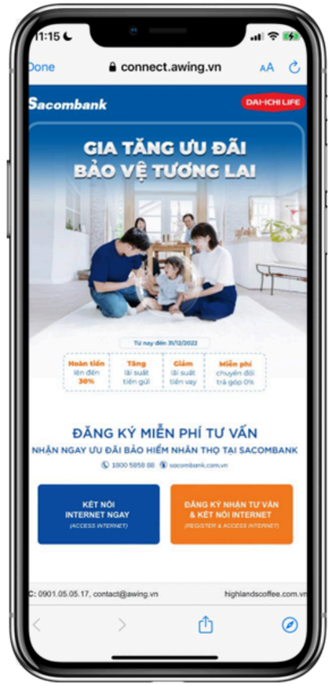
ĐỊNH DẠNG
Interactive Ads (tùy chọn kết hợp quảng cáo CPA)

0.06%
Conversion Rate

92%
Engagement Rate



Bước 1:
Logo



Bước 2.1:
Banner có 2 nút (đăng ký hoặc truy cập mạng)

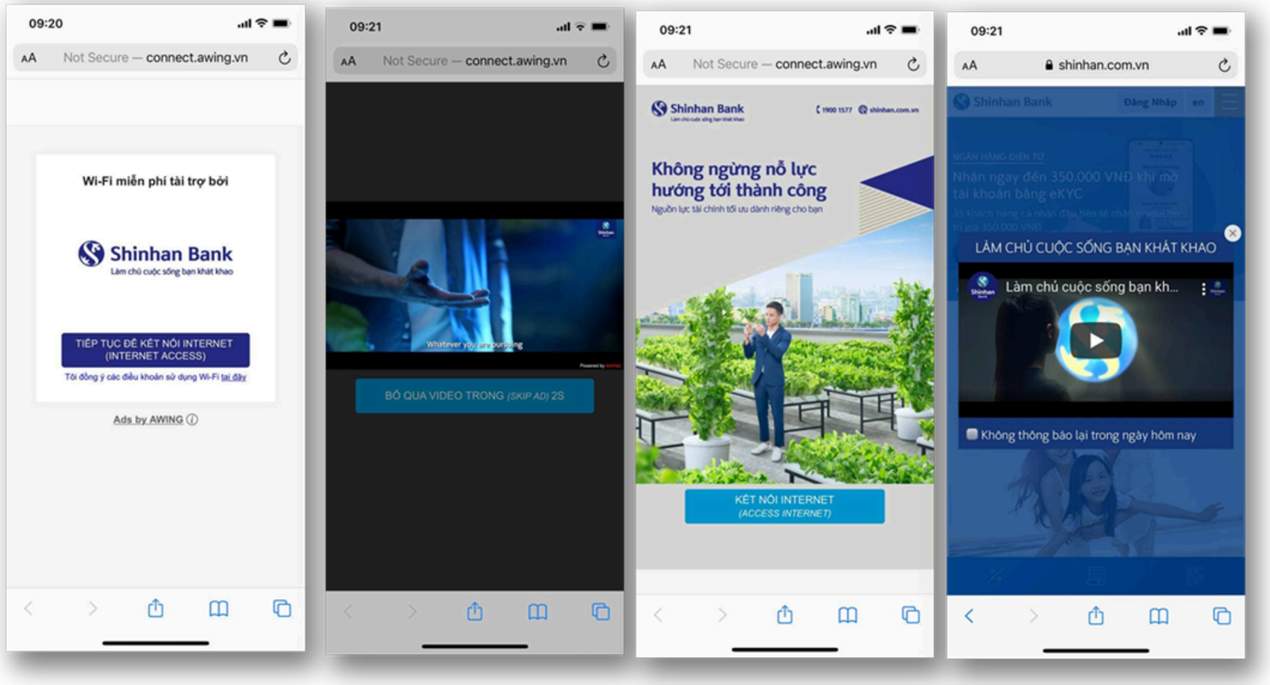


Bước 2.2:
Kích hoạt một biểu mẫu dữ liệu khi chọn "đăng ký".



Extra Value:
Trang đích

Shinhan Bank TVC Branding



Bước 1: Biểu trưng

Bước 2.1: TVC

Bước 2.2: biểu ngữ hiển thị nếu bỏ qua TVC

Giá trị gia tăng: Trang đích

Mục tiêu của chiến dịch
Xây dựng thương hiệu hướng đến nhóm người tiêu dùng có chi tiêu cao và là những người dẫn đầu xu hướng tại các địa điểm sang trọng.

Định dạng: TVC 15s + 2 panels (3 TVCs song song)

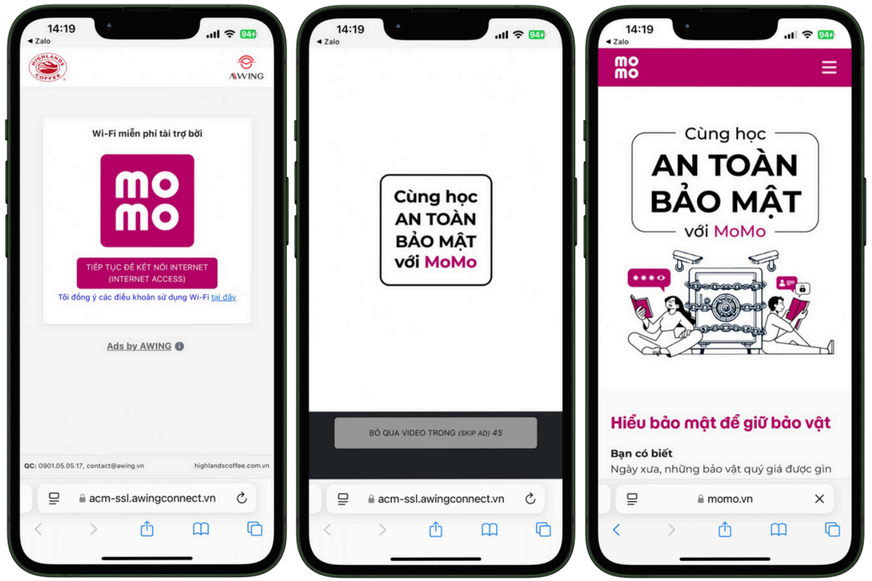
Vị trí: Các quận được lựa chọn tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh Trung tâm mua sắm & Quán cà phê sang trọng

46,442 Impressions	**63%** Engagement Rate
29,366 Views	**5.5%** Completed views

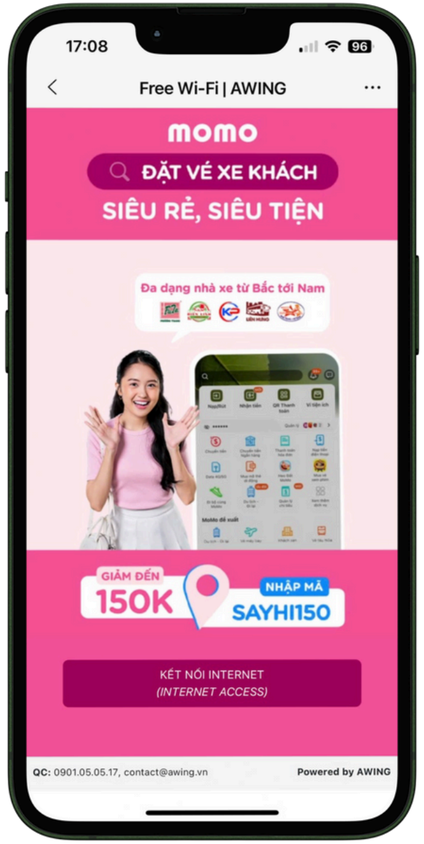
momo

AWING

Educational campaign



Ưu đãi



ĐỐI TƯỢNG CỤ THỂ

Người dùng hiện đại (ưu tiên: nhóm định hình xu hướng)
GenZ

MỤC TIÊU CỦA CHIẾN DỊCH

Thúc đẩy các chương trình khuyến mãi, chiến dịch giáo dục (giáo dục an toàn bảo mật)

GIẢI PHÁP AWING

WHY AWING?

- 10.000 điểm tiêu dùng
- Kênh mobile Location-Based Marketing độc nhất
- Tỷ lệ người dẫn đầu xu hướng cao, phong cách sống hiện đại.

FORMAT

TVC 6 - 30s, Interactive Advertisements (slide banner, animated banner)

86%
Engagement Ratio

29%
Completed views

viettel money

Giới thiệu ứng dụng Viettel Money với những tính năng tiện ích và nhiều chương trình khuyến mãi, tích điểm đa dạng.

Tăng cường tỷ lệ tải ứng dụng My Viettel

- Hiển thị quảng cáo độc quyền cho thiết bị cá nhân của khách hàng.
- Dẫn đến Trang Đích giới thiệu chi tiết về dịch vụ.
- Khuyến khích khách hàng đăng ký dịch vụ trực tuyến.

NHÓM KHÁCH HÀNG TRẺ, CÁN BỘ VĂN PHÒNG

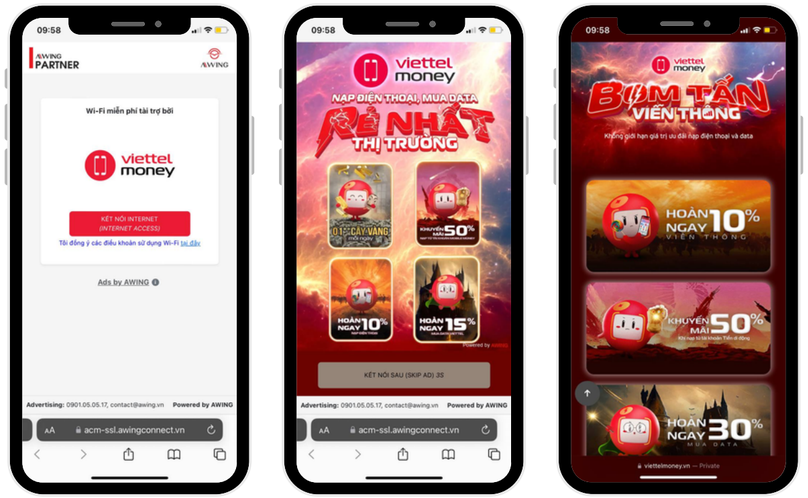
Đa dạng hóa tệp khách hàng, đặc biệt là nhóm nhân viên văn phòng và người trẻ tại các thành phố lớn.

ĐỊA ĐIỂM TIẾP THỊ

Khu vực: Ba thành phố lớn (TPHCM, Hà Nội, Đà Nẵng)

Các địa điểm chấp nhận thanh toán qua Viettel Pay

VIDEO 6S



95,256	66,016	69.3%
Impressions	Spots	Engagement Rate

Thank you.

M]: 0901 050 517
[HCM]: 111D Ly Chinh Thang, Vo Thi Sau, District 3, HCM
[HN]: 11th Floor, King Building, 7 Chua Boc, Dong Da, Hanoi
[W]: awing.vn I [F]: facebook.com/awingbusiness