

گزارش کمپین  
«نگو فرقی نمیکنه»



پاییز ۱۴۰۲

# کمپین «نگو فرقی نمیکنه»

بیمه‌دات‌کام در این کمپین با تمرکز بر محصول **بیمه شخص ثالث خودرو**، با گذر از پارادایم تبلیغاتی گذشته که بر تفکیک کارکرد خرید آنلاین از آفلاین و معرفی ویژگی‌های خرید بیمه به صورت آنلاین متمرکز بود، در حرکتی جسورانه قصد دارد تا به مزیت‌های خرید از سایت بیمه‌دات‌کام و تفاوت‌های خرید از این سایت نسبت به سایت‌های دیگر بپردازد.



# بازه زمانی کمپین



۴۵ روزه از ۱ مهر تا ۱۵ آبان

# اهداف کمپین



## اهداف بازاریابی

لانچ سرویس خرید اعتباری  
افزایش فروش بیمه شخص ثالث

## اهداف ارتباطی

افزایش آگاهی از برند

ایده اصلی



از صبح که چشمت رو باز میکنی

تا شب که دوباره ببندی و بخوابی ...



تک تک انتخاب‌ها مهمه!

و این انتخاب‌هاست که کیفیت زندگی رو می‌سازه!

# چرا نباید گفت "فرقی نمیکنه"؟

بیمه‌دات‌کام برگرفته از این ایده اصلی تلاش میکند به مخاطب یادآور شود که نسبت به **انتخاب**‌هایش حساس باشد. بنابراین نحوه خرید **بیمه شخص ثالث** به عنوان یک انتخاب، لازم است که با دقت انجام شود! بیمه‌دات‌کام، هم **قیمت** را تضمین میکند و هم تجربه یک خرید **قسطی**، بدون چک و سفته **واقعی** را برای خریدار ایجاد میکند! از طرفی یک **پشتیبانی** 24 ساعته دارد که هر جا نیاز به مشورت داشته باشد، براحتی میتواند مشاوره بگیرد. بنابراین **بیمه‌دات‌کام** فرق میکند!

IT'S  
DIFFERENT



# پیام کمپین



# «پیام کمپین»

با توجه به ویژگی‌ها و خدمات سایت بیمه‌دات کام، **فرق می‌کنه** بیمه شخص ثالث رو از کدوم سایت بخری!



## مخاطب هدف



۷۳٪



۲۷٪

مالکان و رانندگان خودرو بین رده سنی ۱۸ تا ۴۵ سال

برای رسانه های رادیو تلویزیون و دیجیتال کل کشور و  
رسانه محیطی شهر تهران

کاربران اینترنت، پذیرندگان آغازین و اکثریت پیشگام

چرا تد لاسو؟!



بیمه دات کام

با توجه به سابقه **بیمه دات کام** در حمایت از ورزش کشور و همچنین بنا به وجود اشتراک در آرکیتایپ برند خود با کاراکتر شخصیتی این بازیگر، از **تدلا سو** به عنوان **چاشنی** طنز سناریوی TVC و از طرفی تداعی کننده شخصیت برند خود الهام گرفته شد تا علاوه بر افزایش **Brand Love** ماندگاری بیشتری در **ذهن مخاطب** ایجاد نماید. مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی تدلا سو از جنبه تجاری و مدیریتی به شرح زیر هستند:

• اصالت رفتار و صداقت

• قابل اعتماد

• توجه به جزئیات

• مثبت نگری

• انتقاد پذیری

• همراهی



بودجه بندی کمپین



## بودجه بندی رسانه ها

تلویزیون و رادیو

۷۲%

محیطی

۲۱%

دیجیتال

۷%



## منطق بودجه بندی

با توجه به مخاطب هدف و رفتار خرید جامعه ایران و همچنین با توجه به اقتضای جدید بودن مارکت خرید بیمه آنلاین در کشور، بیمه دات کام در گام نخست چرخه عمر مشتری (CLC) قرار دارد و با هدف افزایش Awareness و ایجاد Demand Generation و Purchase Intent نیاز به Reach بیشتر از طریق Mass Marketing دارد. لذا با توجه به گران بودن رسانه تلویزیون و رادیو، ترکیب بودجه بندی مطابق با تقسیم بندی رایج شده صورت گرفت تا بتوان از طریق Synergy ایجاد شده در ترکیب رسانه‌های تلویزیون، محیطی و دیجیتال به اهداف بازاریابی و ارتباطی کمپین دست یابد.

راديو و تلويزيون



ATL

# پخش آگهی تلویزیونی

در قالب محتوای تیزر، تقدیم برنامه، آرم آگهی و زیرنویس با اولویت

برنامه‌های **پرمخاطب** تلویزیونی به ویژه مسابقات ورزشی



# توجه به جزئیات...

یکی از ارزش‌های جاری در بیمه‌دات‌کام، توجه به جزئیات در تمامی نقاط تماس با مشتری است. به طوریکه حتی در پروسه ساخت تیزر تبلیغاتی این کمپین، جزئیاتی همچون انتخاب اسم تیم‌های باشگاهی در یک پلان کمتر از دو ثانیه، حساسیت زیادی وجود داشت تا به اندازه کافی خلاقانه و طنزانه باشد.



محیطی



ATL

اکران ۸۶ سازه محیطی در مناطق ۲۲ گانه شهر تهران



دیجیتال



TTL

# انتشار محتوا در اینستاگرام

Impression

18,526,984





## بازی آنلاین ماشین بدون توقف

این بازی برای ایجاد Gamification و تقدیم جوایزی مثل گوشی هوشمند، اپل واچ، تور کیش و ... (جهت ترغیب و شرکت در بازی) و کد تخفیف و شارژ کیف پول به کاربران (جهت خرید بیمه نامه) با هدف تولید سررخ معتبر، طراحی و اجرا شد.



Registered

120,539

Played Game

195,833

استفاده از ظرفیت‌های اسپانسرری صفحات مجازی باشگاه

پرسپولیس با مجموع **۹ میلیون** دنبال‌کننده



# انتشار پری رول تبلیغاتی در فضای وب

Average watch time  
16 sec. Of 33 sec

Pre-Roll Views  
23,153,486



# تبلیغات بنری

Banner Views

19,621,023

نگو فرقی نمی‌کنه چقدر طول بکشه! رانندگی کن و جایزه بگیر.

برنده یکی از جوایز بزرگ بیمه‌دات‌کام باش

شروع بازی <



سفر گیش



موبایل



ساعت هوشمند

نگو فرقی  
نمی‌کنه!

تو مسابقه (ماشین بدون توقف)  
رقیب اصلی خودتی

شروع بازی

بیمه‌دات‌کام

برنده یکی از جوایز بزرگ بیمه‌دات‌کام شو!

رانندگی کن و جایزه بگیر.

شروع بازی <



شروع بازی

بیمه‌دات‌کام

بیمه‌دات‌کام

# رپورتاژ آگهی

پرسپولیس

بازی ماشین

مزیت رقابتی

بیمه قسطی

تدلاسو

بیمه شبانه روزی

کمپین نگو فرقی نمیکنه!

# انتشار محتوا در توئیتر



Engagement

76,375

Impressions

2,019,526

Quotes

370

## نتایج و ارزیابی کمپین



۱

افزایش **۱۳۸,۶۵۲** نفرکاربر جدید در بازه زمانی **۴۵** روزه کمپین

۲

افزایش فروش **۴۰** درصدی سرویس **BNPL** نسبت به فروش قسطی (با چک)

۳

افزایش **۳۰** درصدی نرخ رشد فروش بیمه شخص ثالث (نسبت به دوره گذشته)



## چالش طراحی و اجرای کمپین

۱. ترافیک در باکس پخش پیام‌های بازرگانی در تلویزیون که بعضا موجب عدم پخش یا جایگزین کردن اسپات پخش در زمانی به غیر از زمان برنامه مورد نظر میشد.

۲. با توجه به ماهیت کارگزاری آنلاین بیمه و محدودیت در ویژگی‌های قابل ارائه و ایجاد تمایز در خدمات و به طبع، ایجاد تمایز در استراتژی و پیام کمپین یکی دیگر از چالش‌های طراحی و اجرای این کمپین بود.

