

## Dwóch na trzech sprzedawców woli, gdy za zakupy płacisz kartą lub telefonem - nowa kampania Visa

data aktualizacji: 2020.01.14



**Visa uruchamia nową kampanię promocyjną, w której będzie zachęcać do płacenia mobilnie za pomocą smartfonów i inteligentnych zegarków, jak również do dokonywania transakcji kartą w sklepach internetowych.**

Działania komunikacyjne poprzedziło badanie zrealizowane przez Kantar na grupie 300 sprzedawców w sierpniu 2019 r. Wynika z niego, że 2 na 3 sprzedawców w stacjonarnych punktach sprzedaży w Polsce woli, gdy klienci płacą kartą lub telefonem. Ogólnopolska kampania potrwa do 8 marca. Obejmuje ona spoty telewizyjne, kampanię realizowaną w internecie, reklamy DOOH, a także promocję w kanałach partnerów biznesowych Visa.

- W nowej kampanii Visa zachęcamy konsumentów do korzystania z szybkich i wygodnych płatności mobilnych nawet za najdrobniejsze zakupy. Wiemy, że sprzedawcy są chętni do przyjmowania takich płatności, ponieważ dzięki nim mogą na przykład obsłużyć większą liczbę klientów w godzinach szczytu. Z naszych badań wynika, że już 2 na 3 sprzedawców woli, gdy klienci płacą kartą lub telefonem. Będziemy też edukować konsumentów o wygodzie i bezpieczeństwie transakcji Visa w internecie. Wielu kupujących nie ma świadomości na przykład tego, że wyłącznie płatności kartą zapewniają im dodatkową ochronę w postaci możliwości skorzystania z procedury chargeback -

mówi **Katarzyna Jezierska**, head of marketing, Central Eastern Europe w Visa.

Przygotowana w Polsce kampania rozpoczęła się 13 stycznia 2020 r. i potrwa do 8 marca 2020 r. W ramach działań komunikacyjnych w stacjach telewizyjnych emitowane będą 30- i 15-sekundowe spoty reklamowe. Ich bohaterowie przedstawieni są w różnych, codziennych sytuacjach, w których płatności Visa są dla nich wygodne, dostępne od ręki oraz dają im poczucie bezpieczeństwa. Spotom telewizyjnym będą towarzyszyć szeroko zakrojone działania digitalowe, a także reklamy Digital OOH. Kampania będzie również obecna w sieciach sprzedaży, kioskach oraz na stacjach benzynowych.

Za kreację i produkcję spotów reklamowych odpowiada agencja Saatchi & Saatchi IS, natomiast planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy Starcom.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/dwoch-na-trzech-sprzedawcow-woli-gdy-za-zakupy-pla,60059>