

הצ'ק אפ הדיגיטלי של מנורה מבטחים:

# מוציאים את הראש מהחול

כך גרמנו לעשרות אלפי ישראלים להתגבר על הפחד  
ולהתחיל להבין את הפנסיה שלהם

החברה המשווקת: מנורה מבטחים

משרד הפרסום: יהושע\TBWA

קטגוריה: מוצרים דיגיטליים ואוטומציה

כולנו יודעים שאין הרבה דברים חשובים כמו

**הפנסיה שלנו**

ואין הרבה דברים שמרתיעים אותנו כמו

# הפנסיה שלנו

מעוררת אצל הישראלים תחושות נגטיביות  
(חוסר וודאות, חרדה תסכול ולחץ, רתיעה ופחד...)

# סינדרום היען

במקום ללמוד ולהבין את הפנסיה, הישראלים מעדיפים  
לטמון את הראש בחול ולהתעלם מהנושא

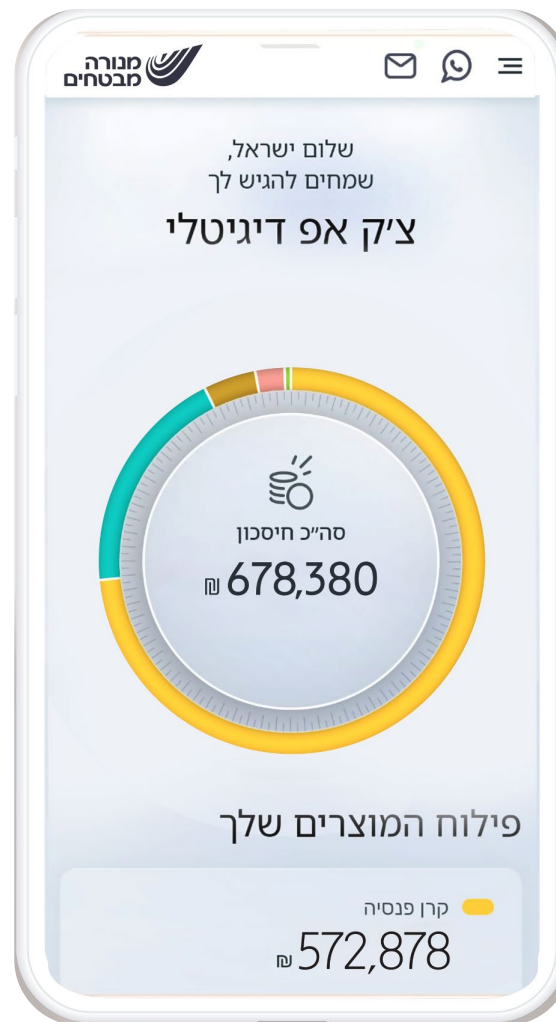
מנורה מבטחים משיקה:

# הצ'ק אפ הדיגיטלי

הכלי שעוזר לישראלים להתגבר על סינדרום היען  
ותכל'ס להבין את הפנסיה ולדעת היכן כל הביטוחים שלהם!

# והכל מונגש בצורה

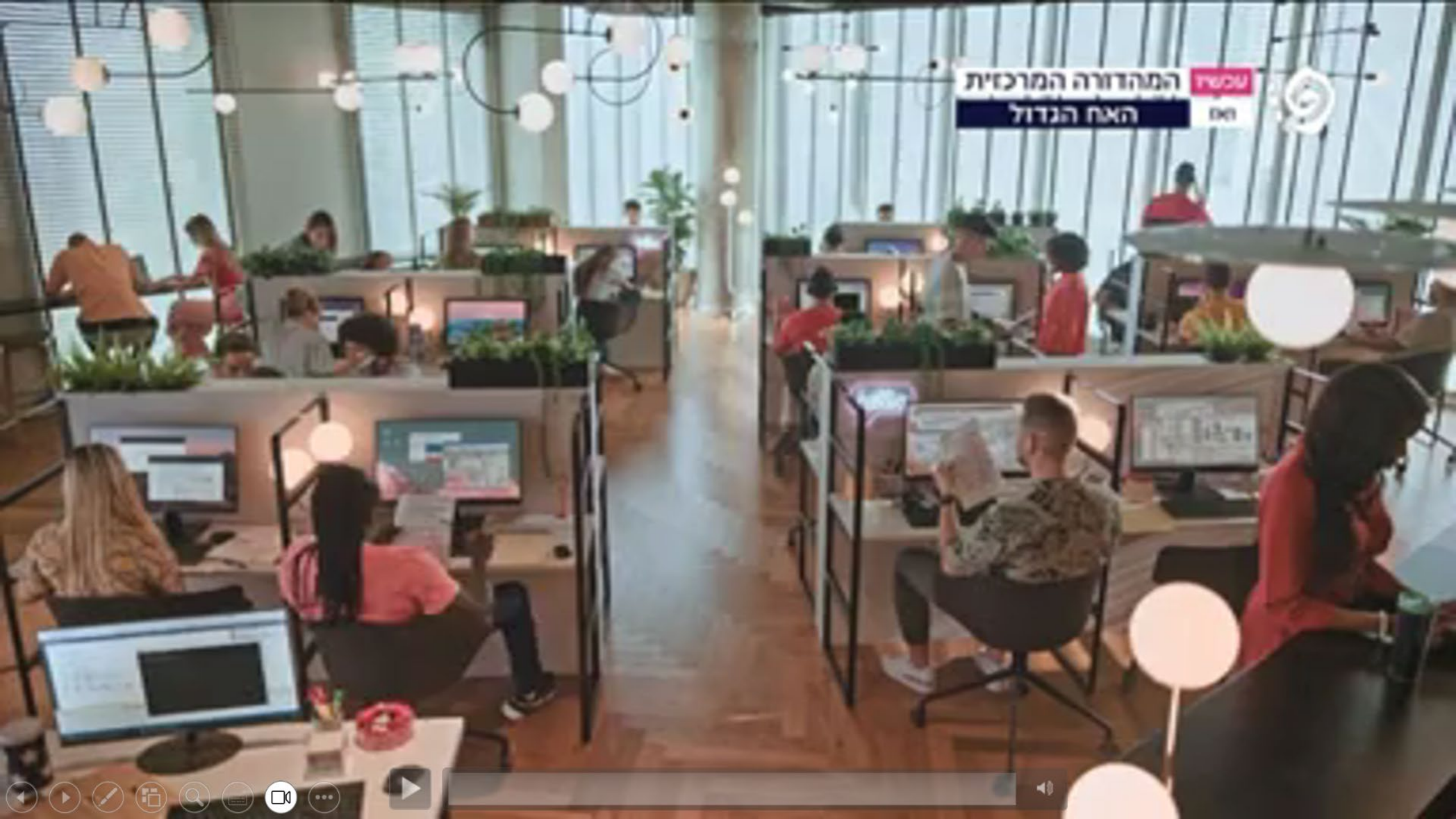
# אינפוגרפית, נהירה וברורה



המהדורה המרכזית  
האח הגדול

טכני

00



הצלחנו לגעת בצורך אמיתי ולתת ערך משמעותי לישראלים:

# מאות אלפי כניסות



הצלחנו לגעת בצורך אמיתי ולתת ערך משמעותי לישראלים:

# ועשרות אלפי צרכנים

שהתחילו להבין את הפנסיה שלהם

# מהלך שחיזק את תפישות המותג מנורה מבטחים:

- החברה המקצועית והמומחית בתחום הפנסיה
- קופת הפנסיה המובילה בישראל
- הצ'ק נתפש כנותן ערך אמיתי ומשמעותי !

# והוביל לשיפור בביצועי המכירות:

- גידול של 22% בכמות פגישות הייעוץ הפיננסיות
- 72% מהנחשפים לקמפיין ציינו שההלך משכנע אותם לנהל את הפנסיה במנורה מבטחים

# אז מה היה לנו?

- זיהוי וטיפול בצורך אמיתי של הציבור בישראל – צ'ק!
- מהלך דיגיטלי חדשני ופורץ דרך – צ'ק!
- תוצאות מעולות שהניעו לפעולה ושיפרו את מעמד המותג – צ'ק!
- זכייה בטריפל: פרס החדשנות, תחרות הבוסטר וזכייה באפי – צ'ק!

תודה!