



Swipp og din mobil. Gode sammen:

Ny forbrugerkampagne fra Swipp

Fodbold er sjovere sammen, måltider er hyggeligere sammen, oplevelser er større sammen. De fleste ting i livet er bedre, når man er sammen om dem. Ligesom Swipp og din mobil er gode sammen. Det er budskabet med en ny, landsdækkende forbrugerkampagne fra Swipp. Kampagnen går på tværs af tv-, online-, print- og sociale medier med forskellige hverdagsfortællinger om hvorfor Swipp og din mobil er gode sammen. Kampagnen lanceres d. 29. september 2015.

København, 29. september 2015 – I dag lancerer Swipp en ny kampagne målrettet de danske forbrugere med omdrejningspunktet 'Vi er gode sammen'. Baggrunden for kampagnen er ganske enkelt, at mere end 70 pengeinstitutter er gode sammen om Swipp, mens kampagnens budskab er, at Swipp er god sammen med mobilen.

'Konceptet for kampagnen tager afsæt i, at de fleste ting i livet er bedre, når man er sammen om dem. Og det unikke ved Swipp er netop samarbejdet. Vi er mere end 70 pengeinstitutter, der arbejder sammen om Swipp. Ambitionen er at skabe den bedste mobilbetalingsløsning for både vores erhvervs- og privatkunder, og dermed bidrage til at bringe butikker og forbrugere tættere sammen. Det er samarbejdet mellem pengeinstitutterne, der giver butikkerne økonomiske fordele gennem Swipp's konto-til-konto løsning. Og det er samarbejdet med butikkerne, der gør betalingssituationerne nemmere for forbrugeren.

Derfor har vi valgt at dyrke fællesskabet som det centrale tema i vores forbrugerkampagne. Vi mener at fællesskab er en sympatisk værdi, som vi gerne vil være med til at dele', fortæller Peter Rosenstand, marketingdirektør i Swipp.

Kampagnen, der er udviklet af reklamebureauet Hjaltelin Stahl, kommer i kølvandet på Swipp's erhvervskampagne, som udfoldede de unikke fordele Swipp tilbyder de danske butikker.

Forbrugerkampagnen består blandt andet af magasinannoncering, tv-reklamer, bannerannoncer og forskellige forbrugerbegivenheder. Kampagnen strækker sig hen over de næste 10 uger og undervejs vil Swipp løfte sløret for flere nye initiativer, som understreger, hvordan Swipp og butikkerne er gode sammen.

'Formålet med kampagnen er at positionere Swipp som et attraktivt betalingsmiddel med en appellerende og relevant position. Dermed ønsker vi naturligvis også at skabe downloads, brugere og betalinger med den nye Swipp-app. Kampagnens primære målgruppe er 'early adopters', som er klar til at prøve mobilbetaling i butikker. Vi ved, at denne målgruppe gerne vil afprøve ny teknologi, hvis der er konkrete fordele forbundet med den. Og så ved vi, at en stor del af dem er socialt orienterede', afslutter Peter Rosenstand, marketingdirektør i Swipp.



Se den første film fra Swipps forbrugerkampagne her: <https://youtu.be/zONfRYhzx90>
Filmen er den første af flere.

==/ SLUT \=

Yderligere oplysninger om Swipp

Swipp er et selvstændigt selskab stiftet i samarbejde mellem Nordea Bank Danmark, Nykredit Bank, Sydbank, Jyske Bank, Arbejdernes Landsbank, Spar Nord Bank og Medlemmerne af Lokale Pengeinstitutter. Samlet står mere end 70 pengeinstitutter landet over bag Swipp. Og alle kunder i disse banker kan bruge Swipp. Danskere som ikke er kunde i ét af de mere end 70 pengeinstitutter kan modtage penge med Swipp ved at registrere sig på swipp.dk og inden længe vil kunderne også få adgang til Swipps nye app. Swipps ambition er at blive danskernes og virksomhedernes fortrukne betalingsløsning. Ud over alle landets Matas-butikker er der i dag allerede mere end 10.000 butikker i hele landet, hvor man kan betale ved at swippe et beløb til butikken.

For pressekontakt, billeder og udtalelser fra Swipp, kontakt venligst:

Swipps pressefunktion
T: (+45) 70 20 25 70
M: presse@swipp.dk

Gry Kaa, Direktør, Hill+Knowlton Strategies
T: (+45) 31 69 27 64
M: gry.kaa@hkstrategies.com