

ING Bank, Twitter’da bir ilki gerçekleştirdiği #BirTweetimeBakar Kampanyası ile Felis’ten iki ödül aldı

ING Bank, Mediacat Felis 2013 Ödülleri’nde OMD Türkiye ile birlikte Twitter’da hayata geçirdiği müşteri katılımlı #BirTweetimeBakar kampanyası ile “En Yaratıcı Sosyal Medya Kampanyası” ve “En Yaratıcı Dijital Merkezli Kampanya” kategorilerinde ödüle layık görüldü.

ING Bank’ın, Survivor Türkiye yarışmasına entegre ettiği #BirTweetimeBakar kampanyası, Twitter tarafından da başarı hikayesi seçilerek dünyaya tanıtıldı.

ING Bank, bankacılık sektöründe ilk kez faiz oranının müşteriler tarafından belirlendiği #BirTweetimeBakar kampanyasıyla, OMD Türkiye ile birlikte, Mediacat Felis 2013 Ödülleri’nde “En Yaratıcı Sosyal Medya Kampanyası” kategorisinde Felis ödülüne layık görülürken, “En Yaratıcı Dijital Merkezli Kampanya” kategorisinde de başarı ödülünün sahibi oldu.

Twitter’da belirlenen kredi fırsatı, TV’de tüm Türkiye’ye sunuldu

ING Bank’ın TV ile dijital mecraların etkin entegrasyonu ve somut müşteri faydasına yönelik stratejisini #BirTweetimeBakar kampanyasında yenilikçi bir kurguyla hayata geçirdi. Survivor TV programına entegre yürütülen uygulamada, Twitter kullanıcılarının paylaşımları üzerinden eş zamanlı olarak ING Bank’ın ihtiyaç kredisi faiz oranı belirlendi. Yarışma boyunca paylaşılan tweet sayısına göre düzenlenen kredi fırsatı, yayın sonunda hem TV hem de Twitter hesabından duyuruldu ve Tüm Türkiye’nin kullanımına sunuldu.

Kampanya boyunca #BirTweetimeBakar etiketi 28 bin paylaşım alırken, Twitter’da yüzde 11,6 oranında bir etkileşim oranına ulaşıldı. Takip eden hafta boyunca müşterilerine Twitter’da belirlenen avantajlı faiz oranıyla kredi kullanma fırsatı sağlayan ING Bank, bu başarılı kampanya ile Twitter ile marka iletişimde de bir ilke imza attı. ING Bank, Twitter platformunu en doğru/etkin ve en etkili kullanan şirketlerden biri olma unvanını kazanarak başarı hikayesi olarak da dünyaya tanıtıldı.

Ayrıntılı Bilgi için:

Nihan Üngör - desiBel Ajans

0536 912 99 70 nihan.ungor@desibelajans.com

ING Bank:

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, 40’tan fazla ülkede 82 binden fazla çalışana ve 61 milyondan fazla müşteriye sahiptir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, tasarrufa, girişimciliğe, yenilikçiliğe, yaratıcılığa güç katmak hedefini taşımaktadır. Sürdürülebilirliği iş modelinin ana prensibi olarak gören ING Grubu, faaliyet gösterdiği toplumlarda çocukların eğitimi, finansal eğitim ve çevre alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. ING Grubu, 2003’ten beri Uluslararası Finans Kurumu’nun

(IFC) çevre ve sosyal sorumluluk standartları esas alınarak 10 milyon dolar ve üzeri bütün projelerin finansmanında uygulanması kabul edilen Ekvator prensiplerini gönüllü olarak kabul eden 10 uluslararası bankadan birisidir. Bu çerçevede, proje finansmanında, sosyal sorumluluk ve çevre riskini gözetmekte, ilgili standartlar paralelinde hareket etmektedir.

UNICEF ile 2005 yılından bu yana küresel işbirliğini sürdüren ING Grubu, 'ING ChancesforChildren' programı kapsamında yaklaşık 800 bin çocuğa destek vererek ve 23 milyon Avro'nun üzerinde (50 milyon TL) kaynak yaratarak çocukların eğitime erişimini sağlamaktadır. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow JonesSustainability Index gibi kurumlarda da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Küresel İlkeler Sözleşmesi Global Compact'a da imza atmıştır. ING Grubu 2007'den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir. Türkiye'de yaklaşık 350 şube ile hizmet veren ING Bank'ın bankacılık stratejisi, Türkiye'nin sürdürülebilir ekonomik büyümesine paralel bankacılık yapmaktır. Bu kapsamda, ana odak noktası tasarruf ve katma değerli ihracatın artırılmasıdır.