

STRATEGIA DE COMUNICARE PENTRU PROMOVAREA MIA PLĂȚI INSTANT

Produse vizate: P2P, P2G, B2P, B2B

Concept-umbrelă: De o mie de ori MIA

1. Premisă strategică

MIA nu mai este doar un produs financiar. MIA este deja un comportament în formare. Sistemul a atins peste **840.000 de utilizatori cu alias-uri înregistrate**, peste **5.200 de comercianți** și peste **13.900 de puncte de acceptare**, iar obiectivele anului 2026 vizează atât creșterea utilizării în rândul cetățenilor, cât și extinderea scenariilor de folosire în relația cu afacerile și instituțiile publice.

În acest context, strategia propusă tratează MIA ca pe o **infrastructură de micro-utilitate zilnică**: simplă, rapidă, sigură și relevantă exact în momentele în care oamenii și afacerile au nevoie de ea. Pentru publicul larg, cheia este demonstrarea simplității. Pentru mediul de business, cheia este demonstrarea vitezei, predictibilității și beneficiului operațional. Iar pentru ambele segmente, cheia este transformarea funcționalităților în **scenarii concrete de viață și de business**.

2. Ideea creativă: De o mie de ori MIA

„De o mie de ori MIA” exprimă valoarea reală a produsului: nu un singur mare moment de comunicare, ci **o mie de situații mici în care viața devine mai simplă**. Este o platformă de comunicare flexibilă, care poate susține atât conținut emoțional și uman, cât și conținut demonstrativ, educativ și business-oriented.

Această direcție permite construirea unui sistem de mesaje scalabil:

- **De o mie de ori MIA** – când trimiți bani imediat unui prieten;
- **De o mie de ori MIA** – când achiți o taxă publică fără birocrație;
- **De o mie de ori MIA** – când o afacere plătește instant un colaborator;
- **De o mie de ori MIA** – când o companie încasează sau transferă bani într-un minut.

Pentru coerență de brand, vom păstra ADN-ul vizual deja construit de MIA — inclusiv energia sa accesibilă și limbajul animat — dar îl vom duce într-o direcție mai matură din punct de vedere al

performanței: **mai multă naturalețe, mai multă demonstrație reală, mai mult conținut nativ, mai puțină senzație de material „fabricat”**. În evaluarea noastră, direcția actuală are un avantaj clar: a început deja să valorifice conținutul filmat cu telefonul, ceea ce este potrivit pentru autenticitate. Următorul pas este ca această autenticitate să fie susținută de post-producție mai curată, distribuție PPC always-on, mai bună ierarhizare a mesajelor și o arhitectură clară de funnel. **Analizând materialele video existente și reels pe canalele MIA, am notat uneori discrepanțe de calitate sau de reach sufficient**

3. Context media și logică de canal

Pentru segmentul PF, TikTok trebuie tratat ca primul canal de masă pentru distribuția conținutului scurt, util și memorabil, conform [Raportului nostru de Digital Marketing 2026](#) indică faptul că TikTok avea în Moldova o audiență potențială de **1,88 milioane utilizatori 18+** la finalul lui 2025, în timp ce Facebook avea **1,50 milioane utilizatori**.

Pentru segmentul B2B, logica de canal ușor se schimbă: aici crește relevanța LinkedIn, business media, parteneriate media, evenimente, asociații de business, formate video explicative și conținut de autoritate. Pentru B2B și B2P nu este suficientă doar vizibilitatea; este nevoie de încredere operațională, claritate în beneficii și contact direct cu factorii de decizie.

4. Arhitectura strategică pe produse

Vom construi strategia pe două axe mari:

- **PF (persoane fizice): P2P și P2G**
- **PJ (persoane juridice): B2P și B2B**

În interiorul fiecărui produs, vom construi o idee de utilizare ușor diferită, dar toate vor rămâne sub aceeași logică narativă:

MIA simplifică ceea ce înainte consuma timp, atenție și comisioane

5. Strategia pe produs

A. P2P – de o mie de ori MIA

P2P este produsul cu cel mai mare potențial de volum și cel mai mare potențial de conținut nativ. Aici nu trebuie să explicăm doar funcționalitatea; trebuie să transformăm MIA într-un reflex social. MIA deja deservește peste **840.000 de utilizatori**, iar transferurile P2P au fost adoptate datorită accesibilității, simplității și instantaneității.

Direcție strategică

P2P va fi comunicat prin **situații recunoscibile, umane, amuzante și credibile**, nu prin mesaje bancare reci. Accentul va cădea pe scenarii reale: „trimite-mi partea ta”, „am uitat portofelul”, „îți dau acum”, „îmi transfer singur între conturi”, „plătesc imediat, fără IBAN și fără complicații”.

Direcție creativă

Aici propunem un mix puternic de:

- **nano-influenceri și creatori locali**, pentru volum, naturalețe și frecvență prin produsul nostru [Amplihype](#)
- **UGC și creator-led storytelling**;
- **vox pop / street interviews** („man-on-the-street”), în care oamenii sunt întrebați direct despre cele mai frecvente situații în care trimit bani instant;
- **social experiments / hidden-camera style**, cu participanți informați și acorduri de utilizare, pentru a demonstra cât de rapidă este rezolvarea unei situații reale;
- **micro case studies** și secvențe scurte filmate cu telefonul, în stil autentic, dar cu un layer de editare mai bun și branding coerent.

Motorul de implementare

Pentru P2P, vom utiliza intens [Amplihype](#), platforma proprie Kooperativa, un produs unic pe piața din Republica Moldova, care în primele 4 luni de la lansare a agregat **185 de creatori înregistrați** și **peste 12 campanii derulate**. Acest avantaj ne permite să activăm rapid un ecosistem creator-led, să testăm creativi multipli, să comparăm performanțe și să scalăm conținutul care funcționează.

Mesaj **De o mie de ori MIA** – nici nu-ți mai trebuie portofelul

Sub-mesaje:

- doar cu numărul de telefon;
- în câteva secunde;
- disponibil 24/7;
- până la 10.000 lei/lună fără comision.

B. P2G – MIA ca dovadă că statul poate fi simplu

P2G are potențialul de a muta MIA din zona de convenience în zona de **serviciu public util**. Este un produs foarte bun pentru educație financiară, deoarece demonstrează că digitalul poate elimina nu doar timpul pierdut, ci și anxietatea procedurală. Din iulie 2025, MIA este disponibil pentru plata a circa **120 de servicii publice** prin EVO și MPay.

Direcție strategică

P2G va fi construit în jurul unei idei simple:

„Plătești către stat la fel de ușor cum trimiți bani unui prieten.”

Direcție creativă

P2G are nevoie de **demonstrație, nu retorică**. Vom merge pe:

- micro case studies: taxe școlare, amenzi, servicii administrative, plăți publice;
- conținut de tip **„cum faci în 15 secunde”**;
- creatori relevanți pentru familii, tineri părinți, antreprenori, cetățeni activi digital;
- explicații clare integrate în contexte cotidiene, fără limbaj birocratic;
- formate video scurte cu UI cues și pași expliciți;
- campanii cu nano-influenceri care arată nu „ce este P2G”, ci „de ce e mai simplu așa”.

Mesaj: **De o mie de ori MIA** – pentru că și relația cu statul poate fi rapidă

Rolul canalelor

P2G va performa bine în:

- TikTok și Reels pentru demonstrații scurte;
- Meta pentru reach și retenție;
- YouTube Shorts pentru explicații evergreen;
- Google / Search pentru interogări cu intenție;
- parteneriate cu EVO, MPay, instituții și pagini explicative.

C. B2P – MIA ca instrument de cashflow și relație instant între business și oameni

B2P este produsul cu cel mai mare potențial de transformare operațională pentru companii. Nu este doar un transfer; este o **accelerare a relației dintre organizație și persoană**. Aici comunicarea trebuie să fie mai puțin emoțională și mai mult orientată spre beneficii clare: timp, rapiditate, predictibilitate, profesionalism.

Poziționare

B2P trebuie prezentat ca un instrument relevant pentru:

- cashback și promoții;
- rambursări și refund-uri;
- plăți către colaboratori;
- recompense și premii;
- plăți către creatori, ambasadori, promotori, personal temporar;
- plăți operative în proiecte, evenimente și activări.

Direcție creativă

Vom comunica B2P prin:

- video demo și explainer videos;
- cazuri de utilizare din business real;
- conținut comparativ „înainte vs după”;
- testimoniale și mini-interviuri cu business users;
- conținut dedicat verticalelor unde plata rapidă contează: retail, e-commerce, delivery, creator economy, promo, evenimente.

Mesaj

De o mie de ori MIA – Plătește omul fără întârzieri

Canale

- LinkedIn
- business media
- video explainers pe YouTube și website
- newslettere și conținut educativ
- evenimente și sesiuni de prezentare
- podcasturi de business și tehnologie

D. B2B – MIA ca noul standard de viteză între companii

În primul rând, aici trebuie valorificat momentul de actualitate: **B2B a fost lansat oficial de BNM pe 2 martie 2026**. Este un produs nou, iar această proșpețime trebuie transformată într-un avantaj de comunicare: nu prezentăm doar o funcționalitate, ci **o nouă etapă în infrastructura de plăți pentru mediul de afaceri**.

Direcție strategică

Pentru B2B, comunicarea trebuie să fie mai aproape de business decât de advertising clasic. Aici conținutul trebuie să răspundă la întrebarea:

„Ce se schimbă concret pentru compania mea?”

Mesaje-cheie

- primești banii rapid;
- transferi 24/7, inclusiv în afara programului;
- elimini timpii morți și blocajele operaționale;
- crești viteza de rulaș și predictibilitatea cashflow-ului;
- lucrezi cu o infrastructură națională sigură și modernă.

Direcție de execuție

Aici propunem foarte clar **1-2 produse video filmate premium**, cu mesaj memorabil, orientate spre mediul de business. Acestea trebuie să fie curate, inteligente și cu greutate vizuală. Echipa noastră, împreună cu regizorul Igor Vlas, poate livra conținut cinematic, dar clar, potrivit pentru un produs financiar național: memorabil, dar nu gratuit „artistic”.

Mix de tactici

- prezență activă la evenimente, expoziții, forumuri și comunități business;
- micro-prezentări și demo-uri explicative;
- LinkedIn-first pentru awareness și consideration;
- parteneriate cu asociații de business, contabili, ecosisteme de antreprenoriat, camere de comerț;
- video explainers;
- interviuri cu comercianți și companii care deja folosesc ecosistemul MIA pentru încasări și plăți.

Aici este foarte util să amintim că peste **5.200 de comercianți** au adoptat deja MIA pentru plăți și că există peste **13.900 puncte de acceptare**, ceea ce oferă B2B un avantaj major de credibilitate: produsul nu pornește de la zero, ci intră într-un ecosistem deja validat de piață.

Mesaj: **De o mie de ori MIA** – viteza banilor înseamnă timp câștigat

6. Capacitatea noastră creativă și tehnică

Propunerea noastră nu este doar creativă; este și executabilă în logica exactă a caietului de sarcini. Strategia poate fi transpusă direct în livrabilele cerute de beneficiar: strategie și concepte creative, plan lunar de livrare, conținut video/audio, conținut textual, influenceri, plasări digitale, activări BTL, participare la evenimente, podcasturi, radio, TV, offline și proiecte speciale. Caietul cere explicit atât dezvoltarea strategiei, cât și capacitate de producție multimedia, gestiune de influenceri, digital ads, SEO, offline și evenimente, ceea ce face ca o abordare integrată să fie nu doar utilă, ci necesară.

Avantajul nostru este că putem combina într-un singur sistem:

- strategie + creație + execuție + distribuție + raportare;
- un ecosistem propriu de creatori prin **Amplihype**;
- expertiză în conținut nativ, video și UGC;
- execuție premium pentru materiale hero;
- capacitate de gestionare a campaniilor PPC și always-on digital;
- logică de optimizare bazată pe performanță, nu doar pe livrare.

7. MATRICE STRATEGICĂ PE PRODUSE

Produs	Ideea de comunicare	Formate / activări recomandate	Canale prioritare	KPI relevanți	Exemple / repere
P2P	MIA ca reflex zilnic: trimiți bani imediat, simplu, firesc	nano-influenceri, UGC, vox pop, social experiments, Reels/TikTok native, micro case studies, materiale animate + live action	TikTok, Instagram Reels, Facebook, YouTube Shorts, PPC always-on	reach, video views, CTR, cost per completed view, trafic spre mia.bnm.md, activări / interacțiuni cu conținutul	
P2G	Statul devine mai simplu: plătești către instituții la fel de ușor ca între prieteni	tutoriale scurte, case studies, explainers, nano-influenceri relevanți pentru familii și cetățeni activi, conținut „cum faci”	Meta, TikTok, YouTube, Google/Search, parteneriate cu EVO / MPay / pagini informative	video completion rate, trafic relevant, search lift, conversii asistate, engagement educativ	

Produs	Ideea de comunicare	Formate / activări recomandate	Canale prioritare	KPI relevanți	Exemple / repere
B2P	Compania plătește omul instant: refund, cashback, colaboratori, premii, plăți operative	explainers, video demo, testimoniale, comparații before/after, use cases verticale	LinkedIn, YouTube, website, newslettere, business media, podcasturi	leads, timp mediu de consum, engagement profesional, click spre pagini informative, cereri de demo / interes	
B2B	Noul standard de viteză între companii	1-2 video hero premium, explainers business, prezență la evenimente, interviuri cu antreprenori, parteneriate cu asociații și business communities	LinkedIn, business media, evenimente, YouTube, podcasturi, PR	reach B2B, views pe video hero, earned media, participare la evenimente, trafic calificat, interes din partea companiilor	

8. CONCLUZIE STRATEGICĂ

Strategia propusă pornește de la un adevăr simplu: **MIA nu trebuie doar explicat, trebuie demonstrat de atâtea ori încât devine firesc.** De aceea, „De o mie de ori MIA” nu este doar un slogan, ci o arhitectură de comunicare care permite scalarea produsului prin sute de contexte de viață și de business.

Pentru P2P și P2G, cheia este **utilitatea umană demonstrată simplu, repetat și credibil.**

Pentru B2P și B2B, cheia este **beneficiul operațional, viteza banilor și încrederea profesională.**

Prin combinarea conținutului nativ, creator economy, video m, distribuție PPC, canale business, evenimente și tactici de demonstrație, propunerea noastră transformă MIA dintr-un sistem bine construit într-un obicei social și economic tot mai frecvent.

Prin această abordare, Kooperativa Moldova își propune să contribuie direct la obiectivul MIA de a face infrastructura modernă de plăți instant tot mai relevantă, accesibilă și utilizată în viața de zi cu zi, astfel încât tot mai mulți cetățeni și tot mai multe afaceri din Republica Moldova să beneficieze de plăți rapide, sigure și intuitive.

Semnat: _____

Nume: Țîra Mircea

Funcția în cadrul firmei: Administrator

Denumirea firmei: JUST DIGITAL SRL