



 GOLDEN HOUSE

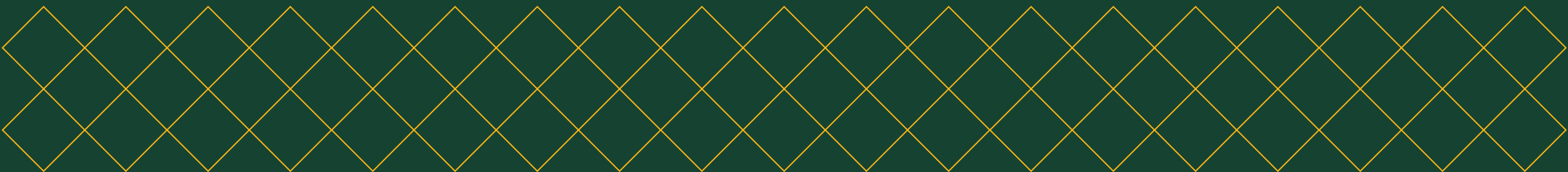
BREND ГОДА 2022

ЦЕЛИ:

- ◆ СОЗДАНИЕ ЗОНТИЧНОГО БРЕНДА ДЛЯ ПРОЕКТОВ БИЗНЕС-КЛАССА
- ◆ УСИЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО БРЕНД GOLDEN HOUSE
- ◆ ВЫПОЛНЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ПО ПРОДАЖАМ

ЗАДАЧИ:

- ◆ СОЗДАНИЕ СИЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО БРЕНДА С УЗБЕКСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТЬЮ
- ◆ ВЫСТРАИВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

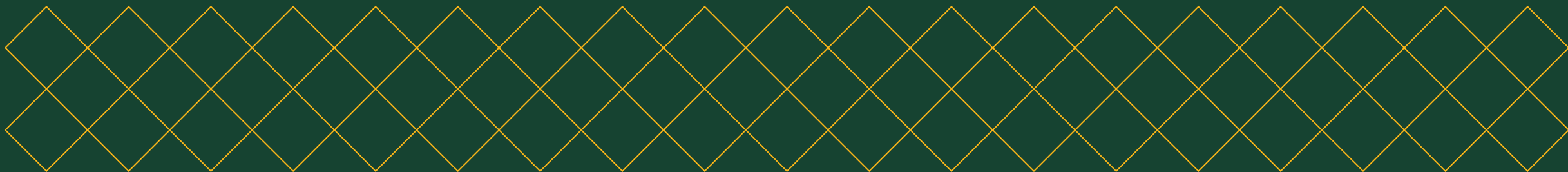


РЕШЕНИЕ:

ЖИЗНЬ В ФОРМАТЕ



**СТРОИМ НОВЫЙ
УЗБЕКИСТАН!**



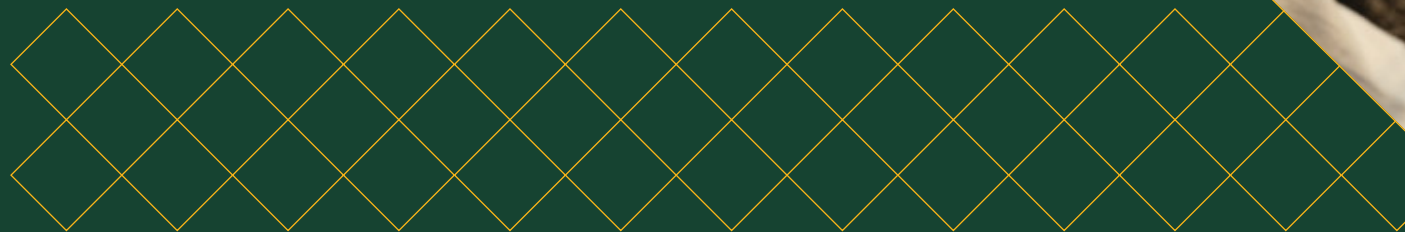
O'Z - ЭТО:

- ◆ НОВАЯ МАХАЛЛЯ
- ◆ СИНТЕЗ КУЛЬТУР И ЦЕННОСТЕЙ ПОКОЛЕНИЙ
- ◆ ФОРМАТ ЖИЗНИ, С СОХРАНЕНИЕМ ТРАДИЦИЙ ДОБРОСОСЕДСТВА – КЛАССИЧЕСКОЙ МАХАЛЛИ И ВНЕДРЕНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КОМФОРТА
- ◆ СОЗДАНИЕ КОМФОРТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ ЖИЗНИ И РАЗВИТИЯ СЕМЬИ СОВРЕМЕННОГО УЗБЕКИСТАНЦА.



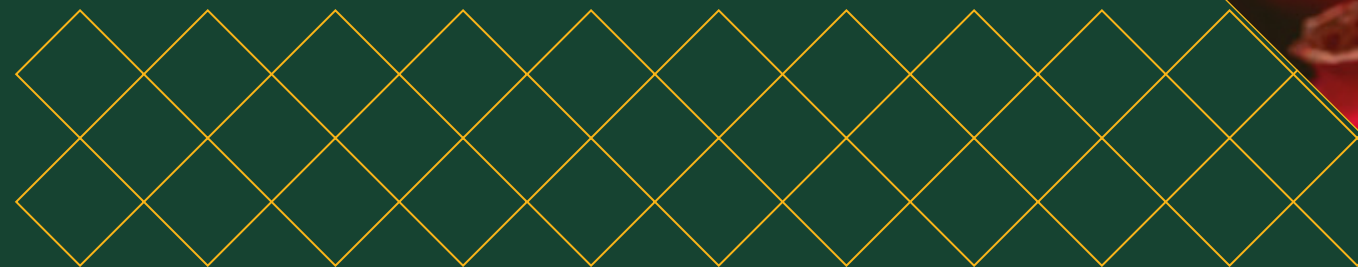
ЦЕННОСТИ БРЕНДА:

- ◆ ДОМ
- ◆ СЕМЬЯ
- ◆ ДРУЗЬЯ
- ◆ ТРАДИЦИИ
- ◆ РОДНАЯ ЗЕМЛЯ



ФИЛОСОФИЯ БРЕНДА:

**С УВАЖЕНИЕМ
К ПРОШЛОМУ,
МЫ СТРОИМ
БУДУЩЕЕ!**



АМБАССАДОР
БРЕНДА:

СЕВАРА НАЗАРХАН

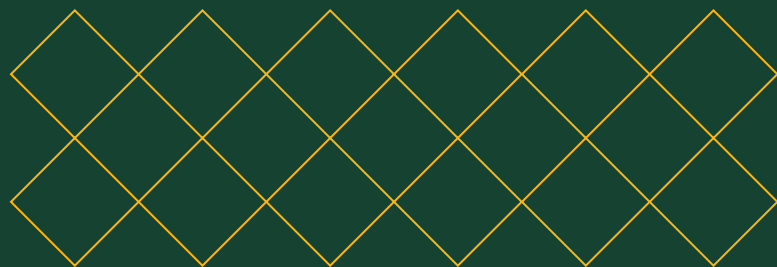
ЯВЛЯЕТСЯ ЖИТЕЛЕМ

OZMAHAL



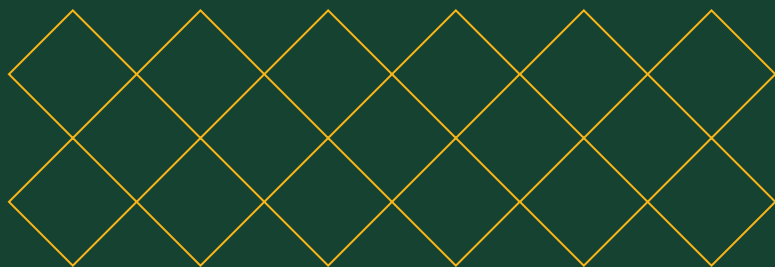
OZ MAHAL

ПЕРВЫЙ ПРОЕКТ
В ФОРМАТЕ OZ



OZMAKON

ВТОРОЙ ПРОЕКТ
В ФОРМАТЕ OZ



ИТОГИ:

◆ МАСШТАБНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ НА ТВ

◆ 6254 TRP

ЛУЧШИЕ ПОКАЗАТЕЛИ В КАТЕГОРИИ НЕДВИЖИМОСТЬ ЗА 2022 ГОД*

◆ ОХВАТ АУДИТОРИИ: 2,5 МЛН ЧЕЛ В ДЕНЬ

◆ RICH 3+: **7,2 МЛН** ЧЕЛОВЕК ИЛИ 84% ОТ ЦА

РОСТ ЗНАНИЯ БРЕНДА: +40%

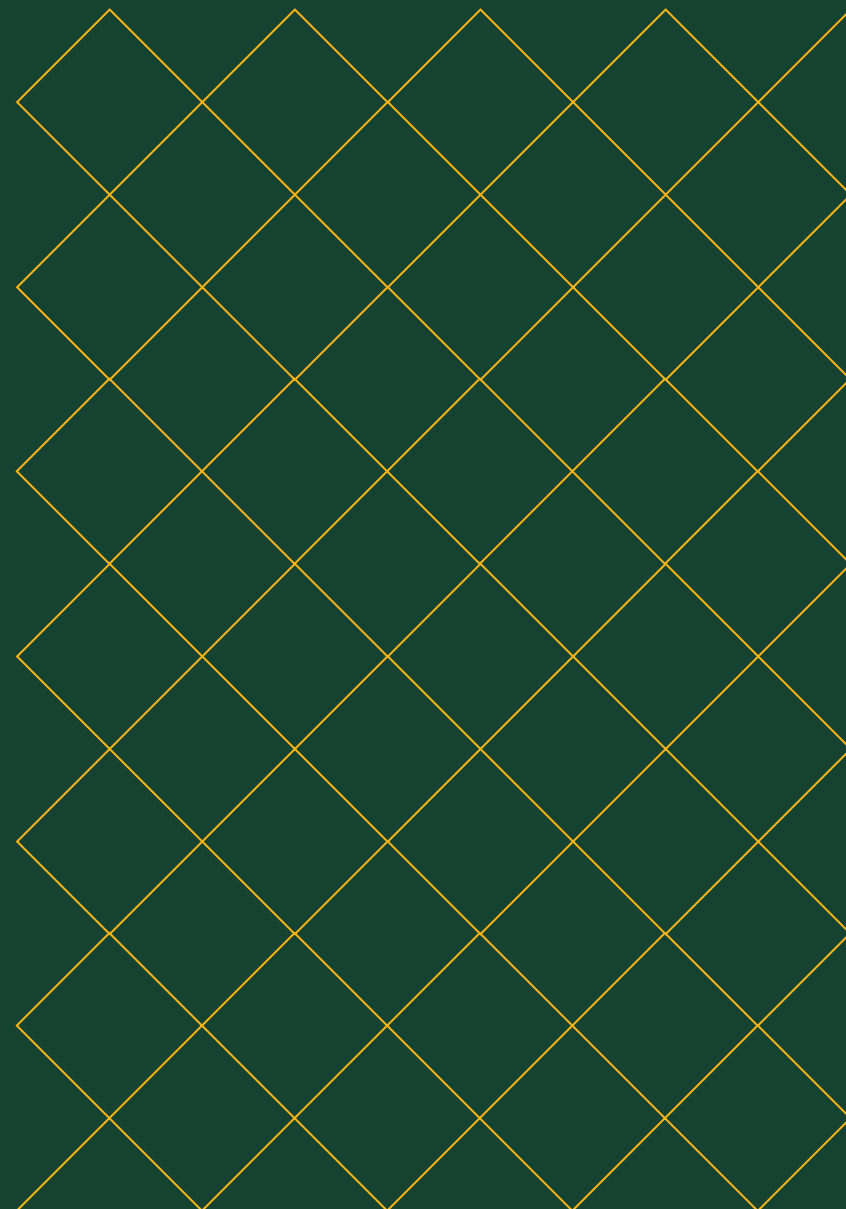
*ПО ДАННЫМ MEDIA SCOPE 2022

Наименование	TRP	Охват аудитории, млн чел в день	Reach 3+,% (млн чел)
Golden House	6254	2,5	7,2
	<i>27%</i>		<i>84%</i>
Piramit Global	4842	1,8	7,1
	<i>20%</i>		<i>83%</i>
Nest One	4061	1,5	6,9
	<i>17%</i>		<i>81%</i>
TRILLIANT	1731	0,7	5,7
	<i>7,30%</i>		<i>67%</i>
MIMAR	1208	0,5	5,5
	<i>5,10%</i>		<i>64%</i>
NUR	2278	0,9	6
	<i>9,60%</i>		<i>70%</i>
Alfraganus	657	0,3	4,3
	<i>2,80%</i>		<i>51%</i>
Daho	499	0,2	3,7
	<i>2,10%</i>		<i>44%</i>
STAR HOUSE	139	0,05	2,3
	<i>0,60%</i>		<i>27%</i>
Total	21 669	8,5	

ИТОГИ:

КОММЕРЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

- ◆ РОСТ КОНВЕРСИИ «ЛИД-СДЕЛКА»: **+30%**
- ◆ ФАКТИЧЕСКАЯ КОНВЕРСИЯ В СДЕЛКУ НА **20%** ВЫШЕ АНАЛОГИЧНЫХ ПРОЕКТОВ БИЗНЕС-КЛАССА
- ◆ ВЫПОЛНЕНИЕ ПЛАНА ПРОДАЖ ПО ИТОГАМ ГОДА: **117%**



ИТОГИ:

**КОММУНИКАЦИОННАЯ
СТРАТЕГИЯ:**

- ◆ РЕКЛАМА НА ТВ. ВИДЕО
С СЕВАРОЙ НАЗАРХАН



ИТОГИ:

◆ РЕКЛАМА НА
LED-ЭКРАНАХ



I ♥ OZMAKON

GH GOLDEN HOUSE

ИТОГИ:

◆ ЯРКОЕ ОТКРЫТИЕ
ОФИСА ПРОДАЖ



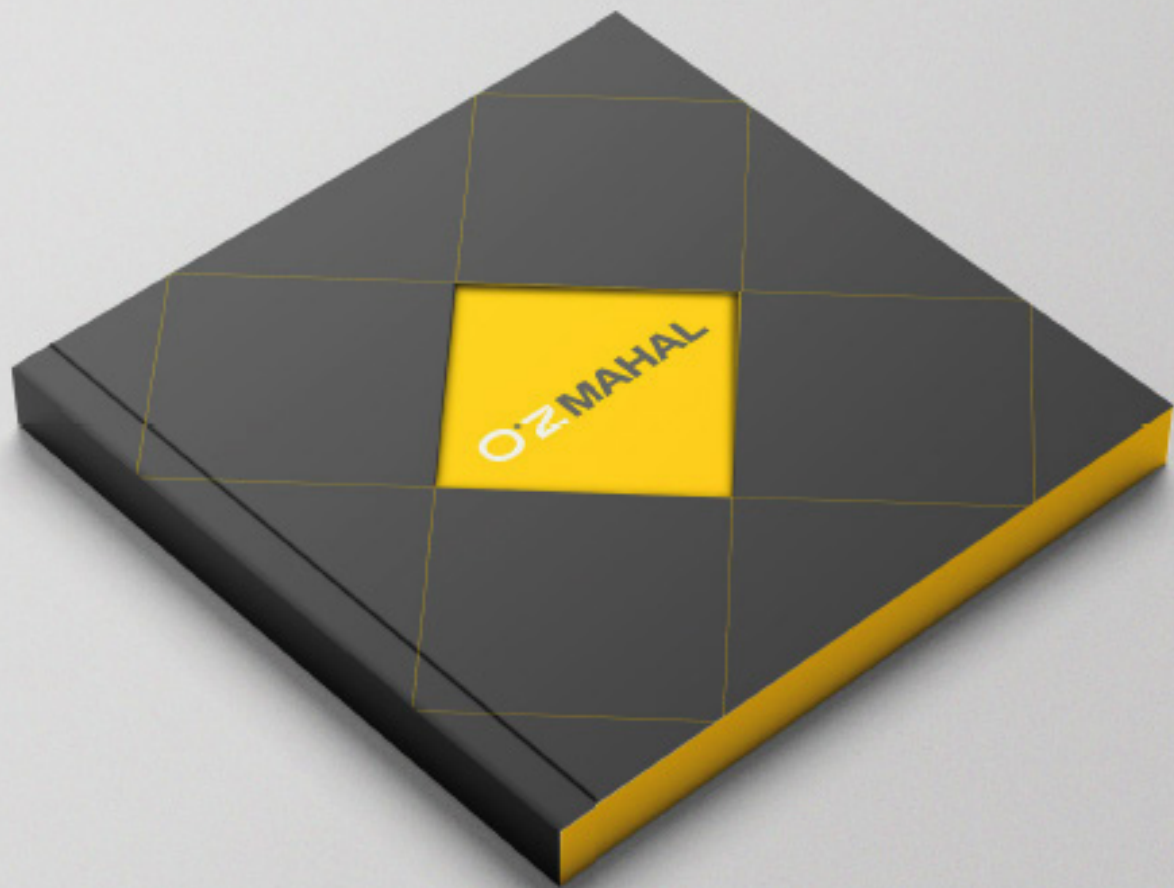
ИТОГИ:

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ:

- ◆ МОЩНАЯ PR-ПОДДЕРЖКА.
СТАТЬИ В КЛЮЧЕВЫХ СМИ,
ПУБЛИКАЦИИ ИЗВЕСТНЫХ БЛОГЕРОВ
- ◆ ОНЛАЙН ПРОДВИЖЕНИЕ
- ◆ РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (БУКЛЕТ И ПР)
- ◆ МЕРЧ

ПЕЧАТНАЯ ПРОДУКЦИЯ:

КАТАЛОГ ЖК
ПАПКА
ВИЗИТКИ



КАСКА СТРОИТЕЛЯ



**НАСТЕННЫЕ
ЧАСЫ**



МЕРЧ:

ФУТБОЛКА
КЕПКА
ПАНАМА





MAHAL

A 3D rendering of a signpost. The signpost consists of a tall, light green rectangular pillar. At the top of the pillar is a diamond-shaped sign. The sign has a dark brown face with the word "OZMAHAL" written in a bold, yellow, sans-serif font. The sign is framed by a thick black border with a yellow double-line inner border. The background is a dramatic sky at sunset or sunrise, with a mix of blue, purple, and orange clouds. The sun is visible near the horizon, creating a bright glow and casting long shadows.

OZMAHAL