



Бренд: группа компаний КНАУФ в Узбекистане

Краткое название кампании: Не АУФ, а КНАУФ

Исполнители:

ADD Event — техническая реализация

TAF
KNAUF
SMM кампания

Номинация: SMM кампания

Цель проекта:

Привлечь внимание к качеству новых продуктов компании – КНАУФ-лист Сапфир, КНАУФ-Профили и комплектующие, КНАУФ-Грунтовки и КНАУФ-Готовые составы и ПФТ-машины для механизированного нанесения через юмористическую составляющую. Вписать продукты компании в национальный колорит и ценности Узбекистана. В юмористической лёгкой форме повысить узнаваемость бренда, сделав акцент на преимущества продуктов КНАУФ.

Охват: 300 000

Репосты: 200

Реакции: 2000

Количество обращений в компанию за период май-июнь: 1500

Измерение: охват, репосты, реакции, обращения.

Идея:

Продвижение социальных сетей ([Инстаграм](#) и [Фейсбук](#)) компании КНАУФ.

Коллаборации с известными блогерами Littos (1,3 миллиона подписчиков в инстаграм) и Индирой Мифтаховой (420 000 подписчиков в инстаграм).

Как же снять угарные ролики? Да все просто. Ситуация из жизни, веселые герои и знаменитый слоган.

У жениха свадьба на носу, а квартира совсем не готова. А тут и гости невовремя. В двух роликах, жених отбивается от гостей и уверяет, что успеет к свадьбе подготовить квартиру. Естественно, к нему, после увиденного нет доверия. Но на помощь приходят мастера КНАУФ. И спасают ситуацию. Свадьбе быть! Во всех случаях обыгрывание известного возгласа АУФ (АУФ – это слово, которое выражает эмоции и заменяет междометия «вау, ух, вот это да»), основной посыл “НЕ АУФ, а КНАУФ” означает гарантию качества и несомненного превосходства продуктов компании в любой ситуации.

Номинация: SMM кампания

Первый ролик, где вся родня жениха и невесты приходит на проверку квартиры. В шоке от увиденного они начинают ругаться, что квартира не готова, где ремонт? Попытки успокоить всех, женихом, заканчиваются новыми претензиями. Все же немного успокоившись они начинают давать советы, какой продукт и где использовать. Жених уверяет их, что за два дня ремонт будет готов. Как только все ушли, он звонит в КНАУФ.

The logo for KNAUF Nemis standarti features the word 'KNAUF' in a large, bold, blue, italicized sans-serif font. Below it, the words 'Nemis standarti' are written in a smaller, black, italicized sans-serif font.

www.knauf.uz

[Link](#)

Номинация: SMM кампания

Второй ролик демонстрирует, насколько правильным был выбор жениха. Стоило ему позвонить в КНАУФ, как все было готово точно в срок. В кадре показаны продукты компании и возможности их использования. Увидев идеальный ремонт, родственники с радостью начинают готовиться к свадьбе. Жених с радостью произносит: АУФ, на что родня отвечает: Не АУФ, а КНАУФ.

The logo features the word 'KNAUF' in a large, bold, blue, sans-serif font. Below it, the phrase 'Nemis standarti' is written in a smaller, black, italicized sans-serif font.

www.knauf.uz

[Link](#)

Номинация: SMM кампания

Результат:

Охват: 790 000

Репосты: 240

Реакции: 4 300

Количество обращений в компанию:

2 127



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**