

# EWOOS®

Кампания с использованием  
национальных ценностей

# Влияние месяца Рамадан на общепит

Каждый год мусульмане по всему миру с нетерпением ждут месяца Рамадан – месяц который следует проводить в посте и молитве. Истинному верующему в это время разрешено есть и пить лишь после захода солнца, а владельцы кафе ради клиентов меняют режим работы: подают еду ночью и убирают из заведений музыку.

Каждый год EVOS цепляет свою аудиторию концепцией, основанной на главной трапезе постящихся – Ифтаре. У каждого человека, который держит уразу и работает, возникают моменты, когда на подготовку к Ифтару просто не остаётся времени. Ифтар-сет от EVOS является отличным, а в большинстве случаев очевидным решением, учитывая скорость доставки.

EVOS разработал рекламную кампанию, построенной вокруг жизненных бытовых сюрпризов узбекской семьи. Данная концепция была передана через видеоролики, а также через интеграцию с медийными личностями.



# Решение

Так как идеи были основаны на сюжете, первоочерёдными инструментами коммуникации являлись видеоролики. Четыре видеоролика грамотно передали жизненные ситуации в узбекских семьях и то, что блюда от EVOS могут послужить отличным вариантом для Ифтара.

Кроме видеороликов была создана интеграция с медийными личностями. Были распространены презенты с Иftar-сетями лидерам мнений и знаменитостям. Целевой аудиторией были выбраны 20 медийные личности, которые имеют лояльную аудиторию, которая к ним прислушивается.

90% поделились подарком на своей странице, 100% получивших оставили хороший отзыв.

Данное мероприятие помогло повысить вовлеченность к новому продукту среди покупателей, а также значительно выросла лояльность к бренду среди целевой аудитории.









# Результаты

Охват публикации составил более **400 000** просмотров суммарно со всех социальных сетей.

Доставка ифтар сетов увеличилась в **5** раз по сравнению с прошлым годом.

**90%** поделились подарком на своей странице, **100%** получивших оставили хороший ОТЗЫВ.

Спасибо за внимание!