



exclusive  
EVENT

× flowers garden

Номинация:

# Создание комьюнити, сообщества, программа лояльности

Бренд: **«M-Exclusive Event»**, проект организован в сотрудничестве  
с компанией **«Flowers Garden»**

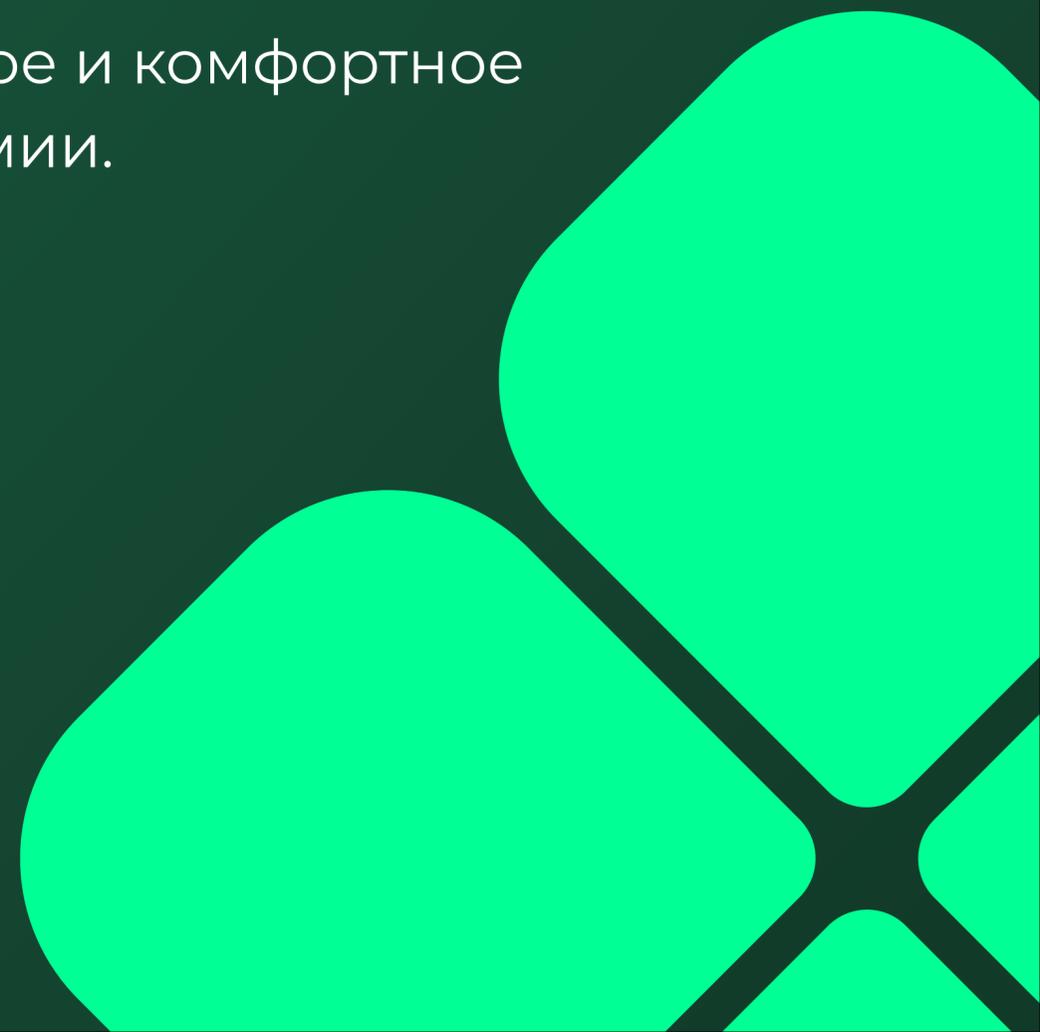
Краткое название кампании: **Зеленое сообщество**



# Проблема!

В последнее время, интерес к благоустройству территорий не только в Узбекистане, но и во всем мире значительно выросла.

Эта тенденция связана как с желанием клиентов создать красивое и комфортное пространство, так и с неудобствами, созданными во время пандемии.



# Проблема!

Несмотря на то, что компания **«Flowers Garden»** успешно реализовала ряд проектов ландшафтного дизайна на корпоративных и государственных уровнях, в частном секторе бренд не был доминирующим.



**Проблема:** низкий уровень узнаваемости бренда среди аудитории частного сектора.

# Проблема!

Основной задачей данного проекта было **увеличить продажи за счет расширения целевой аудитории** – в частности, **повышение узнаваемости среди аудитории частного сектора**, и соответственно **продажи декоративных деревьев и кустарников**.



# **Идея**

Для решения этой задачи наиболее эффективным путем, мы сначала изучили покупательское поведение целевой аудитории.

**Инструменты для изучения целевой аудитории:** Экспертное интервью с продавцами магазинов «Flowers Garden» и частных ландшафтных дизайнеров.

# Идея

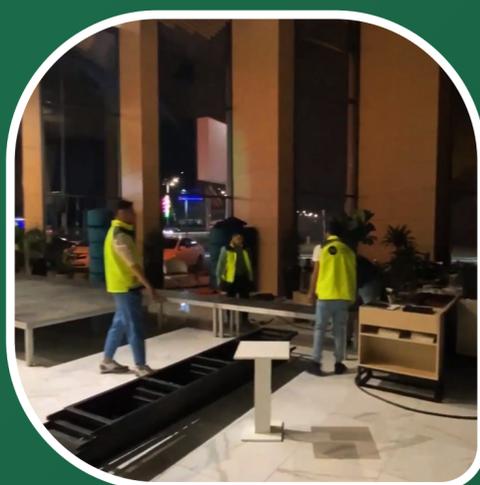
Были определены основные факты влияющие на их решение (покупка декоративных деревьев и кустарников):

- 1) Основная часть целевой аудитории полностью или частично пользуются услугами ландшафтного дизайнера при благоустройстве своих территорий;
- 2) Основными критериями выбора являются цена за услуги ландшафтного дизайнера и качество продуктов;
- 3) В процессе принятия решений доминирует мнение проектировщика – ландшафтного дизайнера.



Так как, при решении покупки декоративных деревьев и кустарников доминирует мнение ландшафтного дизайнера, было решено организовать (информационную) маркетинговую кампанию, направленную на **повышение узнаваемости (Цель 1)** и **построение лояльных отношений среди ландшафтных дизайнеров (Цель 2)**.

Таким образом, **ключевая идея проекта** – увеличить продажу декоративных деревьев и кустарников среди частного сектора, через посредников – садоводов и ландшафтных дизайнеров.



# Реклама

**Для достижения поставленных целей маркетингового кампания** – была организована презентация продуктов и услуг компании – «Flowers Garden» (30.03.2022). В общем были приглашены 115 садоводов и ландшафтных дизайнеров из г. Ташкента и Ташкентской области. Из них, на презентации участвовали 100 представителей этой группы.

**Целевая аудитория данной маркетинговой кампании** – садоводы и ландшафтные дизайнеры.

# Реклама

**Цель 1. Повышение узнаваемости среди садоводов и ландшафтных дизайнеров:** Первая часть презентации была направлена на повышение узнаваемости продуктов и услуг компании “Flowers Garden”. Представители компании рассказали о своих услугах и продуктах. В презентации были освещены такие темы, как основные правила для посадки и ухода за декоративными деревьями.

# Реклама

**Цель 2. Построение лояльных партнерских отношений с садоводами и ландшафтными дизайнерами.** Вторая часть презентации была направлена на построение лояльных партнерских отношений с садоводами и ландшафтными дизайнерами. Для этого была организована сессия Q&A с представителями компании: обсуждение проблем при реализации работы ландшафтных дизайнеров, и их потенциальные решения. Также, экспертами компании были предоставлены ценные советы по уходу за декоративными деревьями и кустарниками.

# Измерение

***Метрики для измерения эффективности кампании:***

- Рост количества посетителей в шоурум компании;
- Рост продажи декоративных деревьев и кустарников;
- Рост повторных продаж декоративных деревьев и кустарников (садоводы и ландшафтные дизайнеры)

# Результат

В результате проведенной кампании:

- Количество посетителей в официальный шоурум (расположенный по адресу Район Янги Хайот, улица Узар, дом 78) выросла на 25% за период с Апреля по Июль 2022 года (итог за 4 месяца);
- Количество посетителей, которые запросили прайс лист на декоративные деревья и кустарники выросла на 17%;



# Результат

- Продажа декоративных деревьев и кустарников выросла на 10%;
- Повторные продажи декоративных деревьев и кустарников выросла на 5%, что свидетельствует о росте лояльности клиентов (садоводы и ландшафтные дизайнеры);
- Заключили договор с дилером из г. Алмалык;
- Также, продажа комнатных растений значительно выросла (2021 г. – 2 фуры в год; 2022 г. – в среднем 2 фуры в месяц). Это связано с тем, что в шоуруме представлены не только декоративные деревья и кустарники, но и комнатные растения.



**Спасибо за внимание!**