

TASHKENT ADVERTISING FESTIVAL Tashkent Advertising Festival

- **Nominatsiya:** Mavsumiy kampaniya
Brend: INDENIM
Kampaniyaning qisqacha nomi: Agar dunyo bir kungina bolalarga tegishli bo'lganida edi... (Xalqaro bolalar kuni)

Muammo

Bugungi kunda O'zbekistonda bir qancha milliy va xorijiy kiyim brendlari ilg'or tarzda o'z faoliyatini yuritib kelmoqda va shu o'rinda aytish joizki, aksariyat brendlarning diqqat markazidan asosan 18-35 yosh orasidagi auditoriya va undan yuqori yoshdagi insonlar o'rin olgan. Afsuski, kuzatuv natijalari shuni ko'rsatadiki, mavjud brendlar orasida deyarli birorta milliy kiyim brendi reklama yo'nalishlarida yosh avlodga nisbatan o'zlarining hayrihohligini aks ettiruvchi alohida kompaniya ishlab chiqmaganiga guvoh bo'lishimiz mumkin. Vaholanki, dunyoga mashhur xorijiy brendlar kompaniyaning ertangi kuni bo'lgan chaqaloq, bolakay va o'spirinlar bilan o'z brendini mujassamlashtirish orqali uzoq muddatli strategiya quradilar, shu orqali bo'lajak iste'molchilarning hurmatini oldindan qozonish payida bo'ladilar va bunday imkoniyatni hech qachon qo'ldan boy bermaydilar.

Bu o'rinda asosiy muammo shundaki, o'zbek mentalitetiga ko'ra tabiatan ishchan, kasbiy hayotiga o'ta bog'liq, farzandlariga yetarlicha vaqt ajrata olmaydigan ota-onalar guruhi ko'pchilikni tashkil etadi. Oldimizda turgan vazifa aynan shu kabi insonlarga video roligimiz orqali ijobiy ta'sir o'tkazishdan iborat.

Ilk bor INDENIM kiyim brendi Xalqaro bolalar kuni munosabati bilan o'z reklama kampaniyasida mana shu mavzuga qo'l urishga qaror qildi. Oldimizga qo'ygan bir qator maqsadlarimiz qatorida sanab o'tish joizki, eng avvalo:

I iste'molchilar, xususan kelajagimiz bo'lmish bolajonlarning ko'z o'ngida brendning ijobiyatini mustahkamlash

II jamiyatimizda uchraydigan kundalik muammolarga majoziy yechim sifatida bolalardagi soflikni ommatan targ'ib qiluvchi video loyihani keng ommaga havola qilish

III Xalqaro bolalar kuni munosabati bilan INDENIM do'konlarida start berilgan kampaniya haqida insonlarni yuqori darajada habardor qilish

IV va o'z navbatida, INDENIM do'konlariga maqsadli tashriflar sonini orttirishdan iborat.

The logo for the brand 'indenim' is displayed in white lowercase letters on a solid orange background. The letters 'i' and 'n' at the end of the word have small white circles above them, resembling eyes or a stylized 'i' and 'n'.

O'lchov

Reklama faoliyatini o'lchash asnosida batafsil va to'g'ri natijalarni qayd etish maqsadida bir qancha miqdoriy va sifat uslublaridan foydalanildi. Ular quyidagilar:

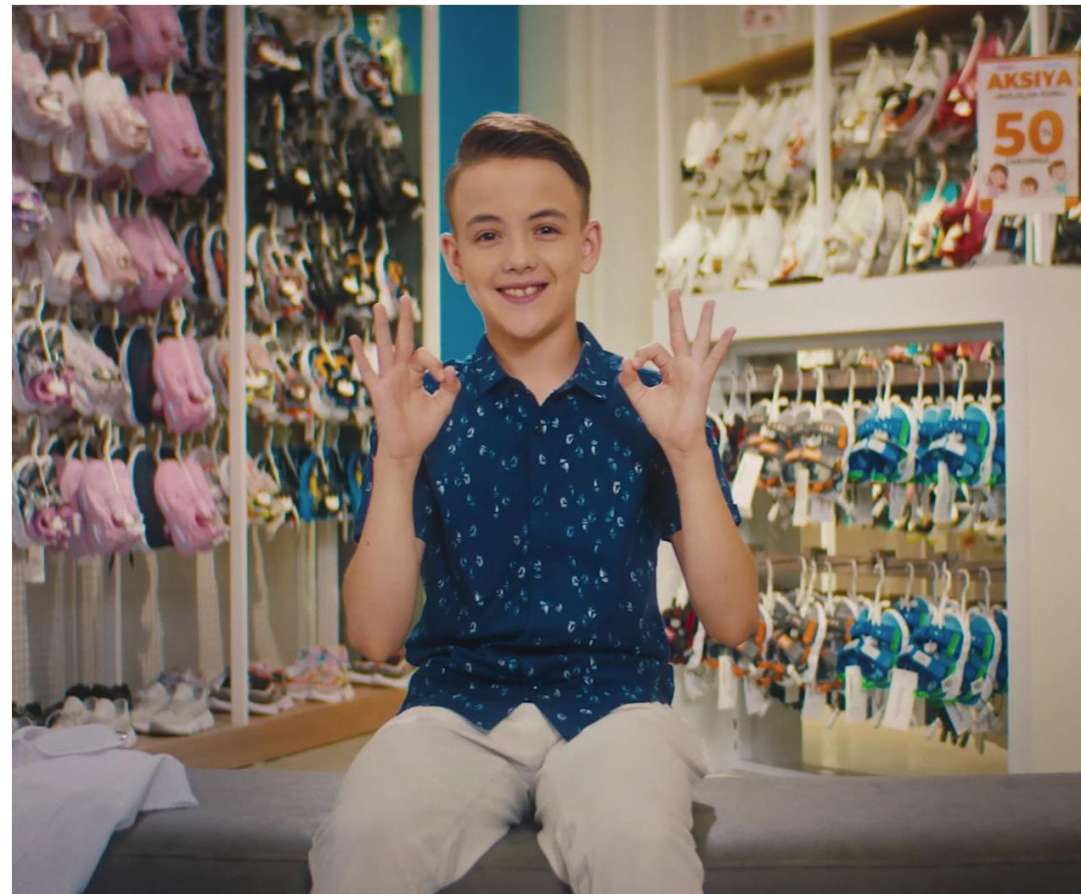
- Ijtimoiy tarmoqlardagi postlarning CI va ERR ko'rsatkichlari asosida
- Like-for-like tahlil (qiyosiy tahlil)
- Tashriflar
- KPI (ATV, UPT, ASP)
- Iste'molchining Mamnunlik So'rovnomasi (Customer Satisfaction Survey)



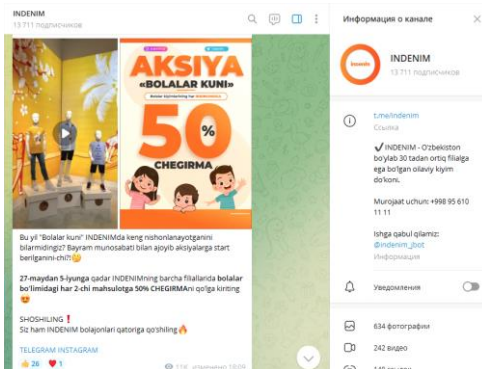
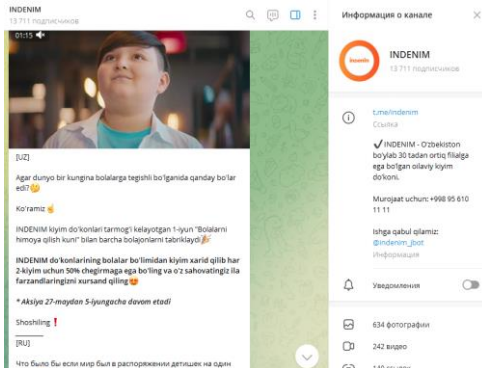
Yechim

Qo'yilgan vazifani uddasidan chiqish uchun yechim sifatida quyidagicha video g'oyasi o'ylab chiqildi va loyiha ro'yobga oshirildi: kiyim do'konida bo'layotgan holatlar misolida agar dunyo bir kungina bolalarga tegishli bo'lganida kattalar ulardan aynan qanday xususiyatlarni o'rgangan bo'lardi mazmunidagi savollarga javoblar bola tilidan bayon qilinadi. Video loyihadan ko'zlangan pirovard maqsadlarni yuqori darajada inobatga olib, biz ota-onalarga ijobiy ta'sir ko'rsatishning uslubini o'rganib chiqdik va zaruriy maslahatlar to'g'ridan-to'g'ri bolalarning tilidan aytilishi maqsadga muvofiq deb topdik, chunki xalqimizda – “goh kattaning aytganini qil, goh kichikning” – degan naql bor. Bolalardagi chinakam soflik, beg'uborlik, ulardagi samimiylik bugungi kunda jamiyatimizda uchrayotgan ko'pgina muammolarga go'zal yechim bo'la olishini ko'rsatib berdik.

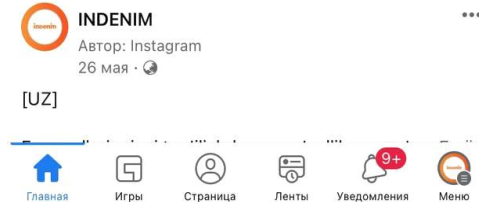
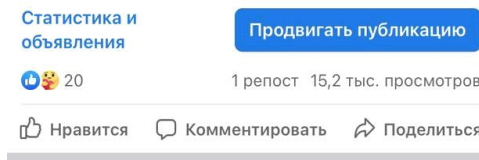
Va albatta, video loyihaning yakunida bo'sh vaqtini asosan uyda o'tkazishga odatlangan o'zbek ota-onalariga tavsiya o'laroq, bayramda o'z farzandlarini daf'atan xursand qilish uchun qulayroq va kamxarj usullar borligini eslatib, ularni INDENIM do'konlariga farzandlari bilan birgalikda qulay xaridlar uchun maqsadli taklif qildik, bu kichikintoylarga yozgi ta'til uchun ajoyib kiyimlarni xarid qilishga chorladik. Ham ota-onalarni o'z kamchiliklari ustida biroz tafakkur qilishga, ham ishdan biroz chalg'ib farzandlarining xursandchiliklariga ko'proq vaqt ajratishga undadik.



Ijtimoiy tarmoqlarda reklama



Telegram



Facebook



Статистика

Продвигать публикацию



Просмотры: 156 772

indenimuz Agar dunyo bir kungina bolalarga tegishli bo'lganida qanday bo'lar edi? Ko'ramiz ... ещё

Instagram



Natija

Statistik ma'lumotlarga tayanib, xulosa qilishimiz mumkinki, reklama kampaniyamiz juda ham muvaffaqiyatli bo'ldi:

- Ijtimoiy tarmoqlarda joylangan video loyihamiz qariyb 2 mlnga yaqin ko'rishlar soni, minglab izohlar va layklarga erishdi, insonlar orasida INDENIM do'konlar tarmog'ining yanada tanilishiga sabab bo'ldi.
- Ushbu reklama kampaniyasi doirasida sarf qilingan jami 115 million so'm evaziga 5 millionga yaqin insonlar qamrab olindi. 1 kishiga to'g'ri keladigan o'rtacha PR xarajati 23 so'mni tashkil etdi. Bir hafta mobaynida esa INDENIM do'konlariga tashriflar soni 490 mingtaga yetdi!
- Kampaniya davridagi 7 kun like-for-like tahlili bo'yicha avvalgi haftaga qiyoslanganda, umumiy sotilgan mahsulotlar miqdori 1,7 barobarga, o'tgan yilga nisbatan esa 2,5 barobar o'sish qayd etildi.
- Do'konlarimizga tashriflar soni bo'yicha avvalgi haftalarga nisbatan 15% o'sish kuzatildi. Eng quvonarlisi, 1 hafta mobaynida tashrif buyurganlarning qariyb 70% qismi oilaviy tashriflar bo'ldi. Bu esa kampaniyaning o'ziga xos tarzda yuksak samarasidan dalolat beradi.
- Kampaniya davri mobaynida jami mahsulotlarning 10% qismi miqdorida sotuv ko'rsatkichlariga erishildi.
- Faqatgina bolalar kiyimlari sotuvi Yalpi Daromadning 2% ini tashkil etdi.
- Taxminan 90% xaridorlar o'tkazilgan so'rovnomada ijobiy fikrlar bildirib, bu kampaniyamizdan mamnunliklarini izhor etdilar.

