

О рекламной кампании



***DURABLE
STONE***

«Положил и забыл»

Номинация №5

«Интегрированная кампания»

АКТУАЛЬНОСТЬ ИДЕИ



В сегменте "Частное домовладение и HoReCa" большую долю рынка занимает тротуарная плитка, произведенная по технологии вибролитья.

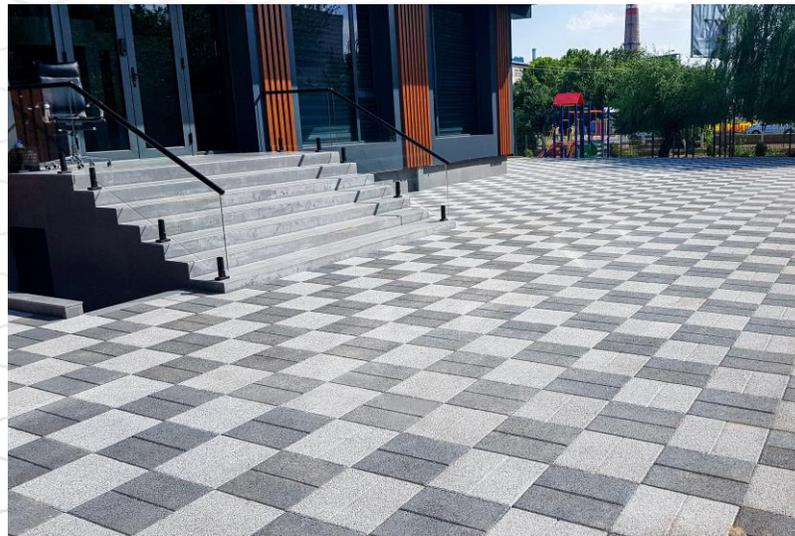
По результатам самостоятельных исследований, надежность и срок службы вибролитой плитки оставляет желать лучшего: всего 2-3 года.

Менять брусчатку каждые 2-3 года - это лишние хлопоты и расходы. Целевой рынок ищет оптимальное решение в соотношении "цена - надежность".

Несмотря на доступность экспертной и пользовательской информации в сети, целевой потребитель недостаточно осведомлен о преимуществах брусчатки, произведенной по технологии вибропрессования.



Технология вибропрессования - это технология производства бетонной брусчатки, которая обеспечивает срок службы брусчатки более 10 лет при соблюдении правил эксплуатации.

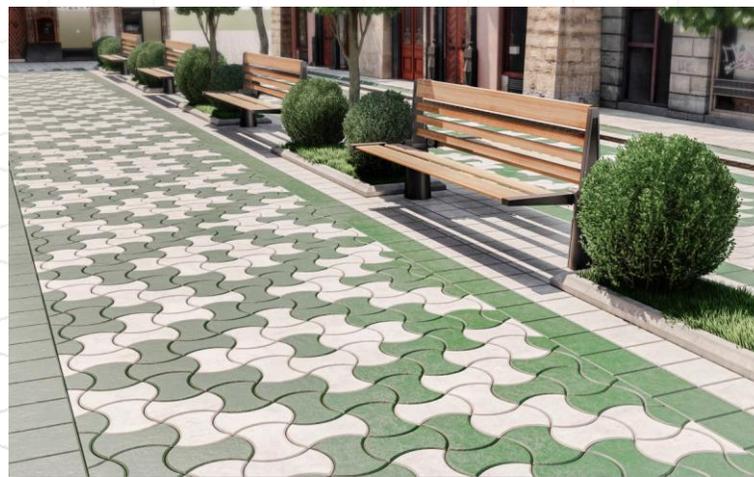
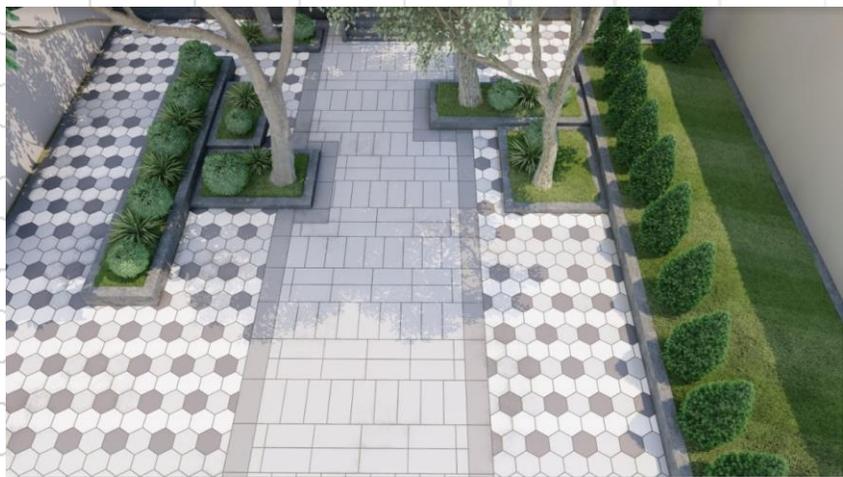


ОБ ИДЕЕ

ООО «DURABLE BETON» производит вибропрессованную бетонную брусчатку под брендом «Durable Stone» с 2019 года.

Ранее ассортимент форм и размеров брусчатки был нацелен только на сегмент «Общественные пространства, приофисные и приторговые территории».

С 2022 года в ассортименте появились формы и размеры брусчатки для сегмента «Частное домовладение и HoReCa».



ОБ ИДЕЕ



С этой целью мы реализовали рекламную кампанию, демонстрирующую преимущества нашей брусчатки.

Задача: в наглядной форме показать потребителю выгоды продукции Durable Stone. Купив вибропрессованную брусчатку, потребитель может не беспокоиться о ее замене долгое время. Тем самым, он купил брусчатку, положил и забыл.

В ролике показаны ТОП-5 моделей брусчатки, которые оптимально подходят для мощения частных территорий с зеленым газоном (дворы участков, коттеджей и вилл).

Дополнительная и важная информация в ролике иллюстрирует надежность брусчатки Durable Stone – брусчатка с гарантией 10 лет и оригинальные модели.

Рекламная кампания делится на два этапа:

Этап №1 – интрига. Анимация фрейм-раскладки брусчатки, привлекающая интерес с запоминающимся призывом “Положил и забыл” / “Yotqizing va unuting”. См. следующий слайд.

Этап №2 – раскрытие. Анимация была заменена на имиджи, раскрывающие продукт - брусчатку Durable Stone с 10-летней гарантией.

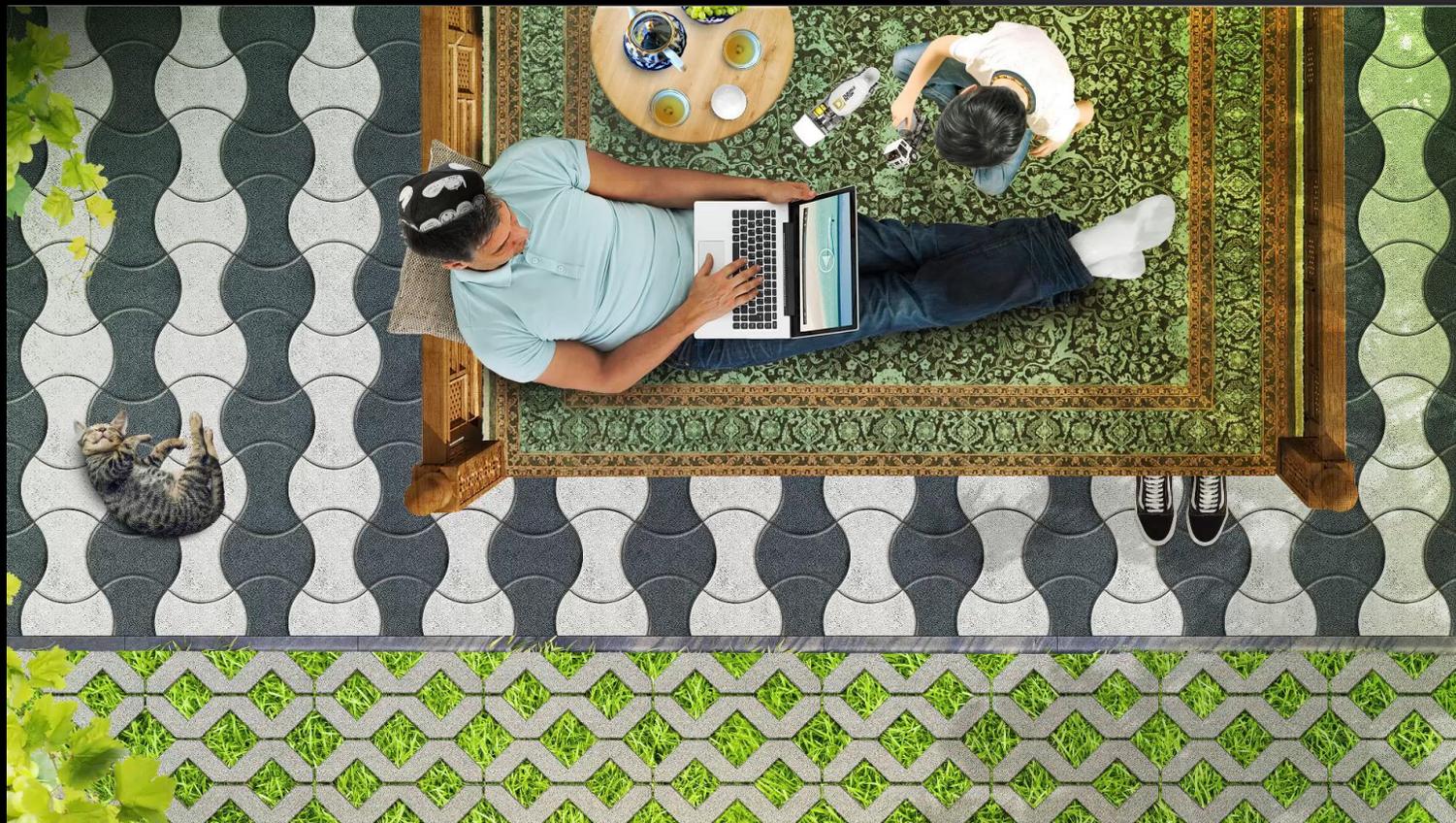


ИНТРИГА



Анимация фрейм-раскладки брусчатки, привлекающая интерес с запоминающимся призывом "Положил и забыл" / "Yotqizing va unuting".

РАСКРЫТИЕ



НАВЕДИТЕ КУРСОР / НАЖМИТЕ ENTER

Второй этап – раскрытие. Анимация была заменена на имиджи, раскрывающие продукт - брусчатку Durable Stone с 10-летней гарантией.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ



В рамках рекламной кампании мы использовали следующие каналы коммуникации:

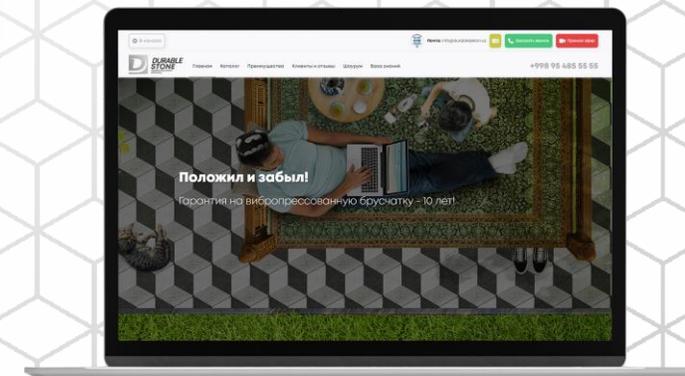
1. ООН (наружная реклама)

Разместили рекламу на LED-экранах, расположенных в наиболее оживленных точках столицы.

2. Digital-реклама.

Продвижение через

- собственные социальные сети (в т.ч. таргетинг);
- сторонние каналы (Qalampir.uz, Digest.uz);
- и контекстную рекламу (Google AdWords).



РЕЗУЛЬТАТЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ



В рамках продвижения в собственных социальных сетях

- охват превысил **67,9** **тысячи** пользователей;
- вовлеченность (количество кликов) составила **15,1** **тысячи**.

На сторонних источниках охват составил:

- на канале “Дайджест – Новости Узбекистана” (<https://t.me/digestuz>) - **79,8** **тысячи**;
- на канале интернет-издания “Qalampir.uz” (<https://t.me/qalampir>) – **95,2** **тысячи**.

В рамках контекстной рекламы коэффициент просмотров составил **24,54%**.

Отчет по таргетированной рекламе						
РК	Дата запуска - Дата окончания	Цель компании	Охват	Количество кликов	Стоимость за результат	Бюджет
Положил и забыл (Русский)	6.07 - 13.07	Трафик на сайт	17 036	51	\$0,41	\$21,00
Положил и забыл (Русский)	28/07 - 31/07	Звонки	8 146	147	\$0,10	\$15,00
Положил и забыл (Узбекский)	28/07 - 31/07	Звонки	11 124	10	\$1,50	\$15,00
Положил и забыл (Узбекский)	10/08 - 13/08	Вовлеченность	5 192	2 135	\$0,0,003	\$6,00
Положил и забыл (Русский)	10/08 - 24/08	Вовлеченность	26 480	12 771	\$0,002	\$27,99

Отчет по размещениям в сторонних источниках			
РК	Площадка	Дата запуска	Охват
Положил и забыл (Рус)	Дайджест (тг)	07.07	79 800
Положил и забыл (Узб)	Qalampir.uz (тг)	11.07	95 200

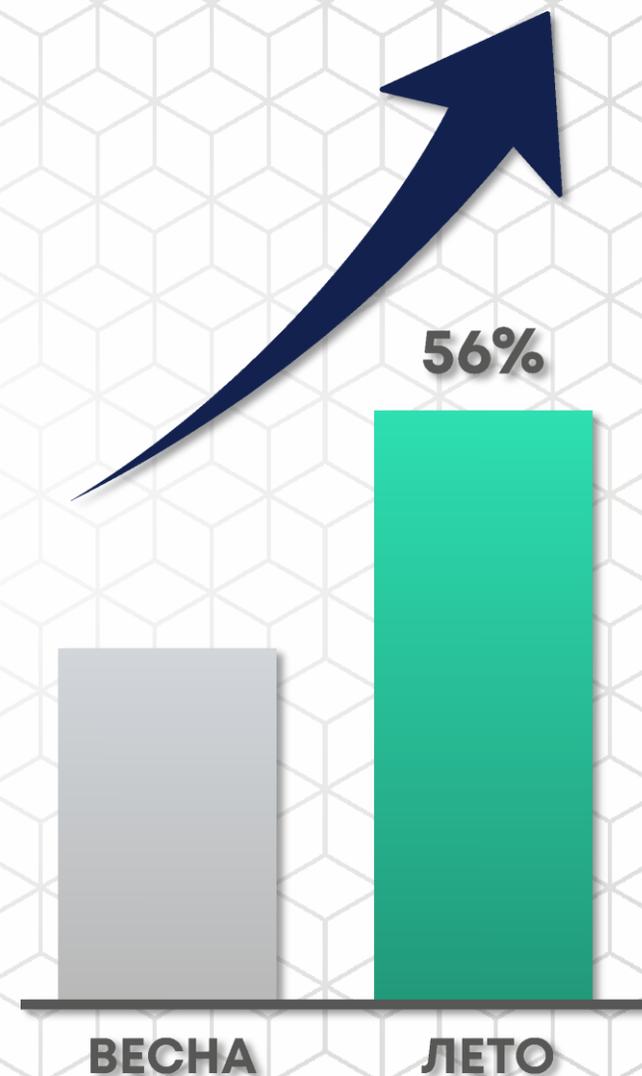
<input type="checkbox"/> ●	Объявление	Статус	Тип объявления	↓ Показы	Просмотры	Кэфф. просмотров
<input type="checkbox"/> ●	Объявление #1 	Не допущено Кампания завершена	Объявление In-Stream с возможностью пропуска	126 957	31 282	24,64 %
	Итого (все объявления, кроме удаленных) ⓘ			126 957	31 282	24,64 %
	Итого (группа объявлений) ⓘ			126 957	31 282	24,64 %

РЕЗУЛЬТАТЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Проведенная рекламная кампания позволила нам добиться ощутимых результатов в части продаж.

Так, за сезон лета 2022 реализовано продукции на **56%** больше, чем за сезон весны 2022.

Учитывая, что в прошлом году (2021-й год) разница в объемах продаж между сезонами была незначительной, считаем, что рекламная кампания "Положил и забыл" повлияла на успех продаж сезона лета 2022.





***DURABLE
STONE***

Спасибо за внимание