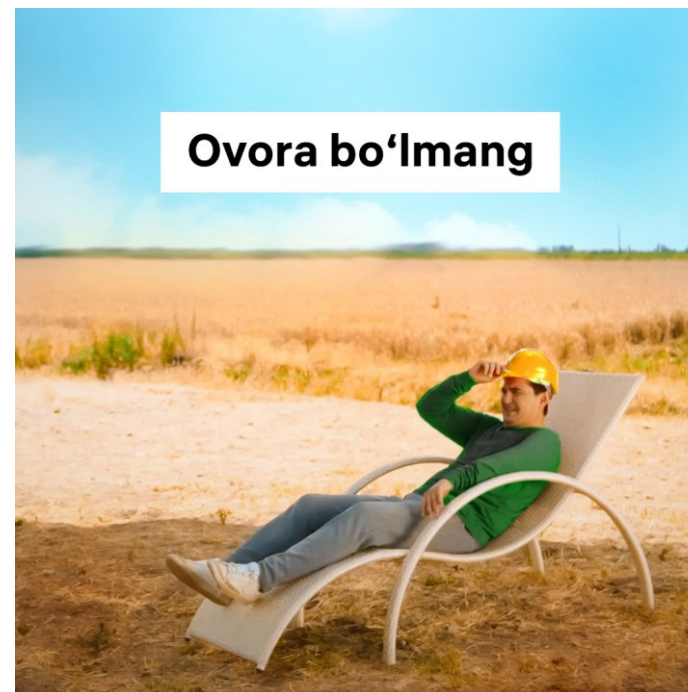


**Обложка**

**Номинация**

**Бренд**

**Краткое название кампании**



**1 Запуск сезонной кампании  
2 Диджитал кампания**

**Alif**

**Чилля**

## Проблема

Опишите проблему или ситуацию, которую призван решить рекламный проект

В рамках жаркого сезона, у всех вырастает потребность на определенную категорию товаров. В частности кондиционеров

В рамках аномальной жары два года подряд в Узбекистане кратно вырос спрос на кондиционеры, и в летний период эти показатели в сотни раз превышают возможности рынка.

## Идея

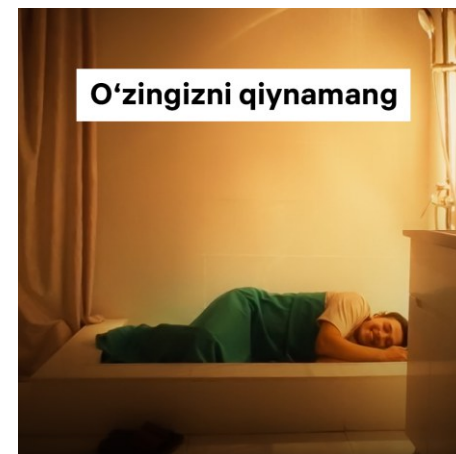
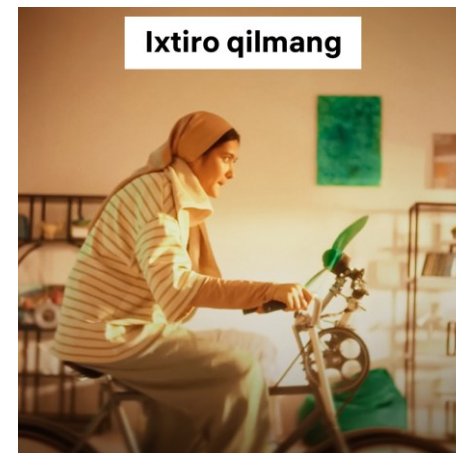
Расскажите о ключевой идее проекта, которая привела к результату, как она появилась

Мультиканальная интеграция направлена на сегменты аудитории для рассрочки с сообщением о простом решении в непростых климатических условиях.

В качестве сезонного сообщения выбраны несколько «народных» методов спастись от жары. Ситуативные ролики сопровождались оффлайн-сообщениями на местах от партнеров, и диджитал-кампанией.

В рамках одной интеграции взаимодействуют два продукта от Alif, таким образом через сезонную акцию пользователь попадает в экосистему компании.

**Реклама**



## Результат

Расскажите о полученных результатах исходя из выбранных инструментов измерения.

С 1 июня по 14 июля  
продали 641 кондиционер