








WIN-WIN ТАНДЫР

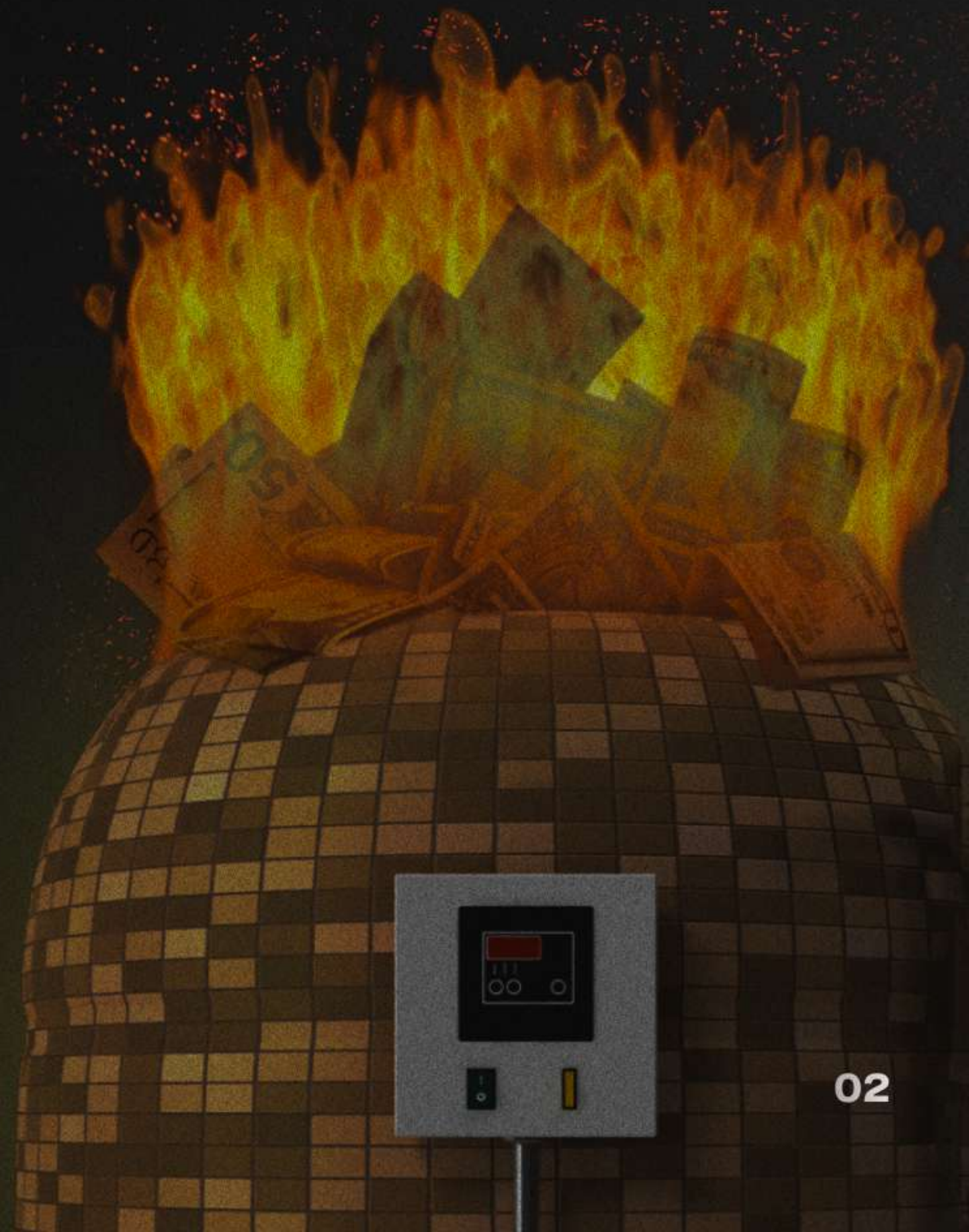
Как агентству доказать клиентам в B2B-сегменте, что с помощью нового инструмента для узбекского рынка — автоворонкам — можно добиться крутых результатов?

TANDIR SHOW

**WE DON'T SELL
WE MAKE THEM BUY**

СОДЕРЖАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

| | |
|--|----|
|  Проблема | 03 |
|  Решение | 04 |
|  О проекте | 05 |
|  О проекте в цифрах | 06 |
|  Причина успеха | 07 |
|  Как мы вовлекали в контент | 08 |
|  Результаты в цифрах | 10 |



ПРОБЛЕМА

С каждым годом привлечь клиентов становится все сложнее и сложнее. Результаты дорожают с каждым годом. Все ориентированы на горячую прослойку аудитории, которая готова покупать прямо здесь и сейчас.

Однако это только несколько % рынка, и чаще всего эту маленькую часть забирают лидеры.

Нам же нужно было привлечь платежеспособных клиентов в видео-продакшен, без базы, крутого портфолио и больших бюджетов.

А еще доказать насколько этот инструмент рабочий. Как это сделать?



VIDIR SHOW



Показать, как это работает!
Но просто показать... это скучно.
Намного интереснее завернуть свою
экспертизу в настоящее цифровое
реалити-шоу и убедить клиентов
платить за него.

[СМОТРЕТЬ ТРЕЙЛЕР ▶](#)

Мы сняли шоу «Тандыр», состоящее из 8 серий, где подробно показали, как можно создать рабочую автоворонку на примере продакшна — разработали лендинг и продающий Telegram-бот, собрали вокруг него релевантную целевую аудиторию: маркетологов и владельцев бизнеса, и убедили их купить наш продукт.

О ПРОЕКТЕ

“Тандыр Шоу” - это закулисье работы агентства над продакшеном.

За 8 серий мы показали как заново упаковали, собрали автоматическую воронку продаж, и завалили своего заказчика клиентами



О ПРОЕКТЕ В ЦИФРАХ



4 предварительные серии
и 8 серий + трейлер
13 ед.контента на Ютуб



648 минут общая
длительность
вышедшего контента

Среди участников,
купивших полный
доступ, мы разыграли:

Книги по маркетингу

Бесплатный ролик от
Trust Production

Чат-бот в Instagram

Стажировки в агентстве
и продакшене

Чтобы о нас заговорили, нужно сделать что-то нестандартное и очень интересное

ОДНИМ СЛОВОМ — МЫ ЗАМОРОЧИЛИСЬ



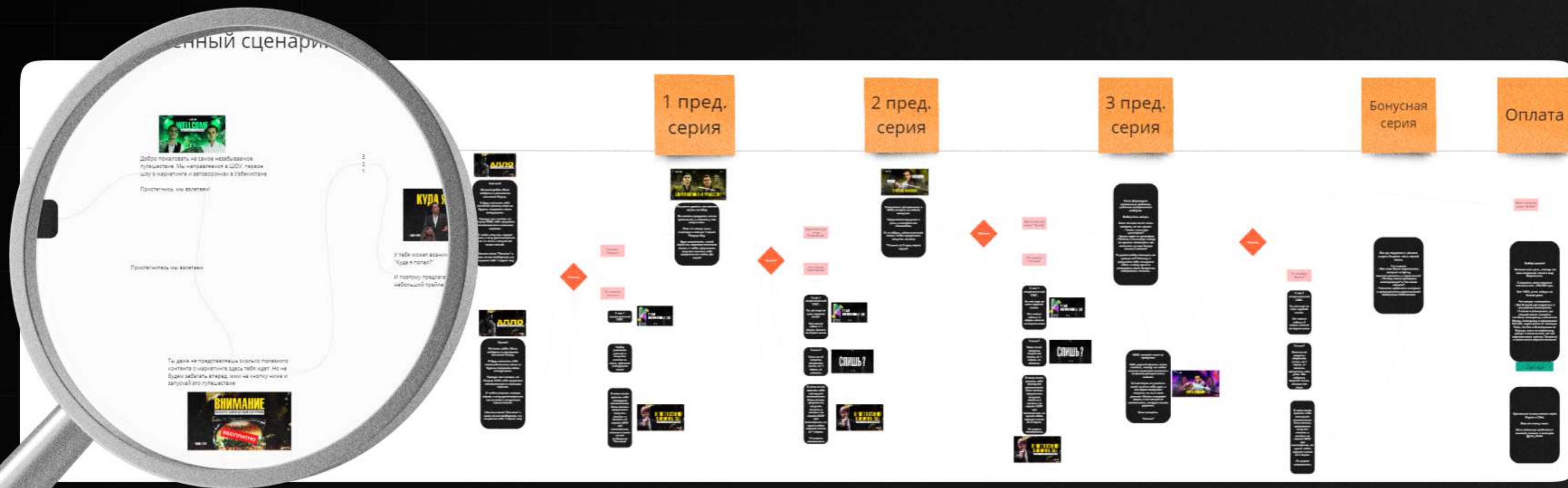
[Ссылка](#)



[Ссылка №1](#)

[Ссылка №2](#)

Сделали целый квест, который нужно сначала пройти и только потом у вас появлялась возможность оплатить и получить полный доступ



На протяжении 8 серий мы много работали, чтобы итоговая воронка получилась окупаемой:

- 1) Провели глубинные интервью с 10+ маркетологами и владельцами агентств
- 2) Понял задачи и боли ЦА, поменяли продукт: добавили календарь работ, чтобы не срывать дедлайны, начали писать сценарии роликов до первой презентации концепции клиенту, добавили услугу прешута и обновили команду
- 3) Собрали новую автоматическую воронку продаж
- 4) Запустили таргетированную рекламу с лид-магнитами
- 5) Вовлекали в контент, рассказывали о преимуществах и предлагали выгодные офферы

В итоге помогли клиенту разобраться с барьерами, чтобы он легко и безстрессово соглашался на сотрудничество.

За развитием нашего шоу наблюдали несколько тысяч человек, среди них были и профессиональные маркетологи, которые заплатили нам, чтобы получить доступ к самым ценным сериям «Тандыра» — фактически купив возможность посмотреть наш пиар-проект.



⚡ Результаты в цифрах

В результате, воронка которую мы строили на протяжении 8 серий окупилась не в два, в три ... а в 50 раз!

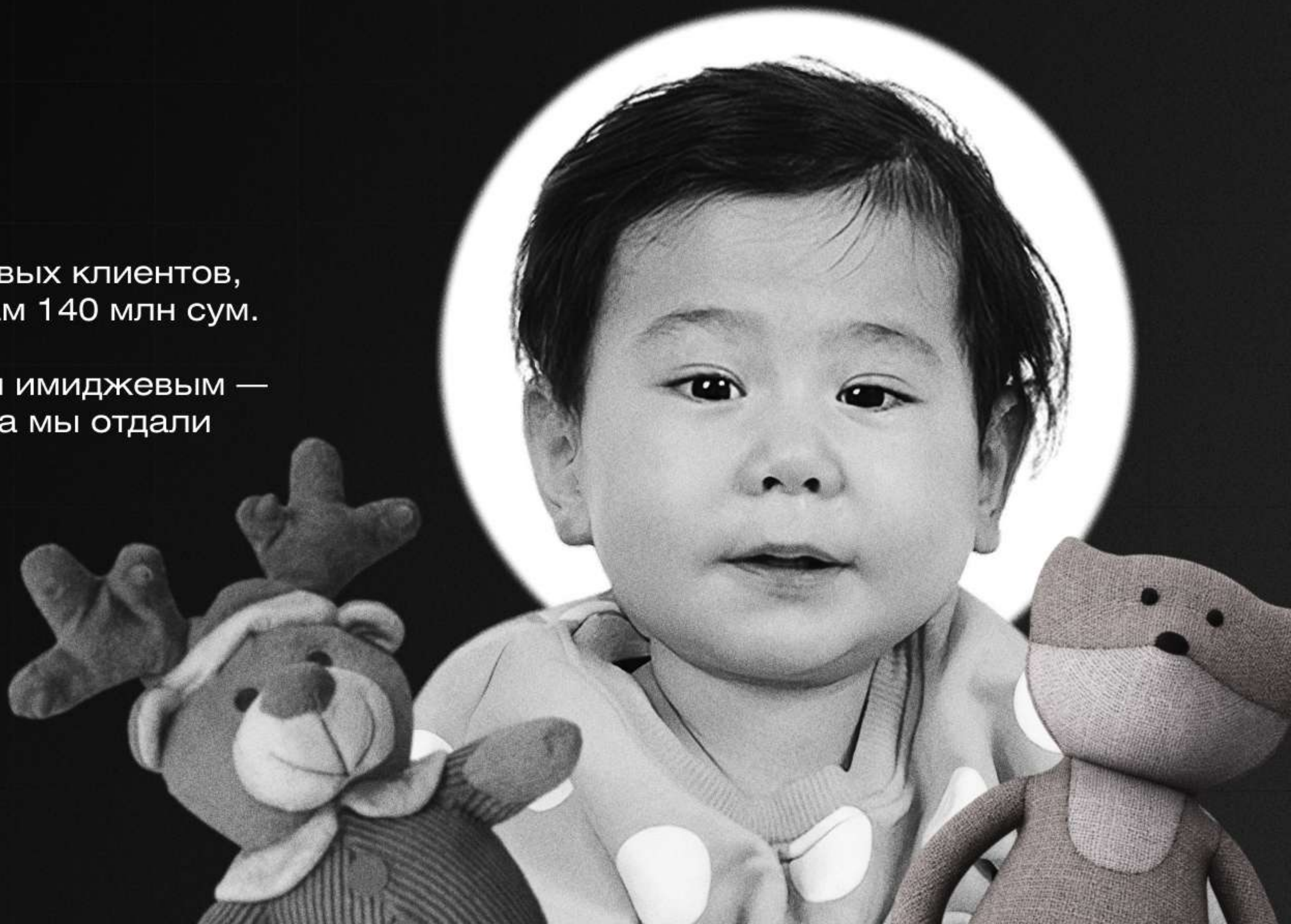
Средний чек продакшена вырос с \$1500 до \$7000, после и во время шоу к нам пришли такие клиенты как: **PEST CONTROL, ANORBANK, INTERNO, KULIKOV, NOVEY, MAJOR, BIB TEX, BEER GARDEN, BELLISIMO, RONI PIZZA** и многие другие.

ROMI > 50.000%



А наше агентство получило 12 новых клиентов, которые за 2 месяца принесли нам 140 млн сум.

Важно, что пиар получился еще и имиджевым — все собранные с продаж средства мы отдали на благотворительность.



WIN WIN ДЛЯ ВСЕХ

Продакшн получил: x5 роста среднего чека, увеличение количество обращений в месяц с 3 до 15, автоворонку, которая окупилась в 50+ раз в первые 2 месяца

Агентство получило: возможность доказать свою экспертность, увеличить лояльность существующих клиентов и привлечь новых. А также положить еще один успешный кейс в копилку.

Все собранные с проекта средства мы пожертвовали на благотворительность

Настоящий win-win для всех.

