








TAF! Tashkent
Advertising
Festival

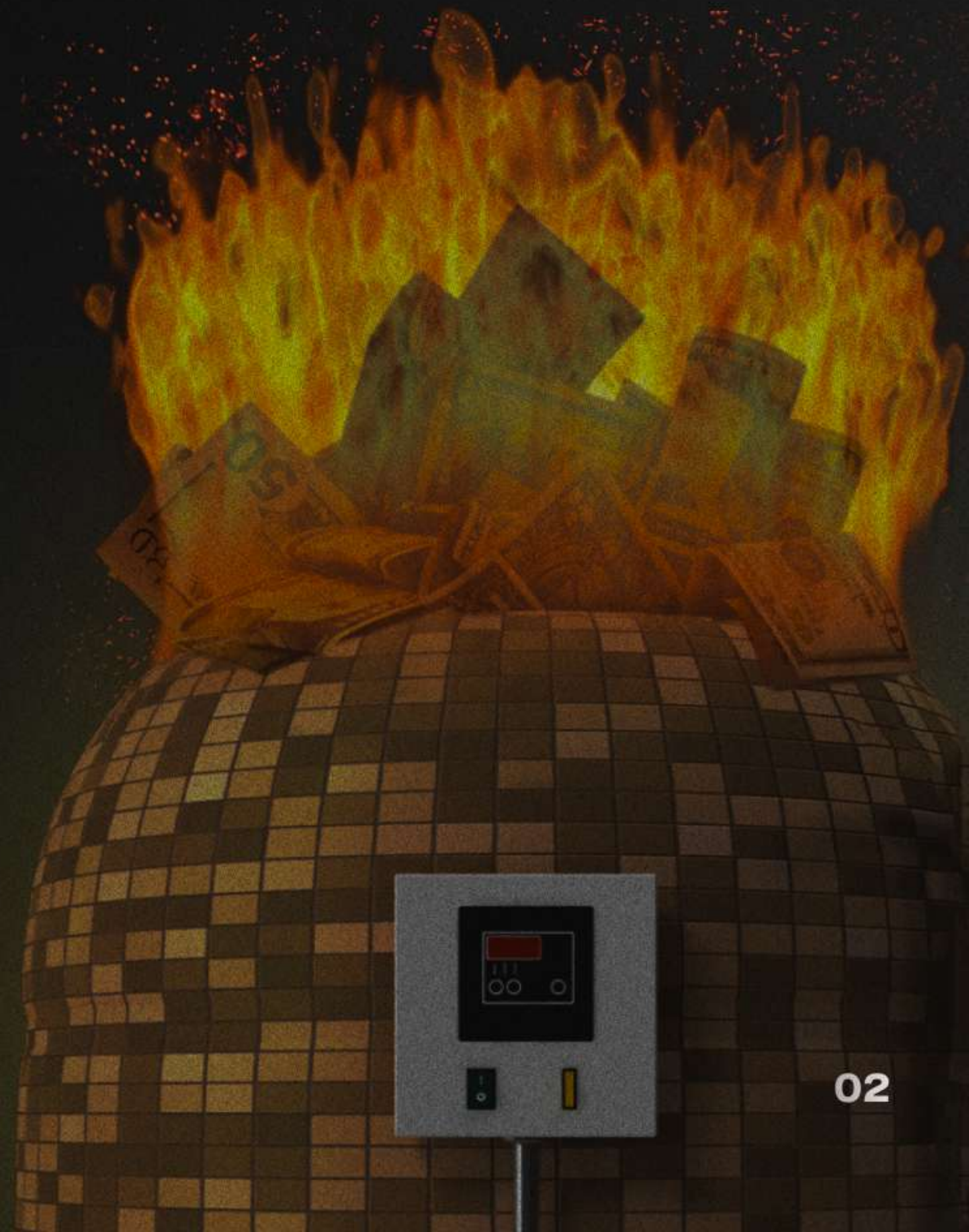
УДАЧНАЯ СТАВКА НА КОНТЕНТ

TANDIR SHOW

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

СОДЕРЖАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

| | |
|--|----|
|  Проблема | 03 |
|  Решение | 04 |
|  О проекте | 06 |
|  О проекте в цифрах | 07 |
|  Причина успеха | 08 |
|  Как мы вовлекали в контент | 09 |
|  Результаты в цифрах | 11 |

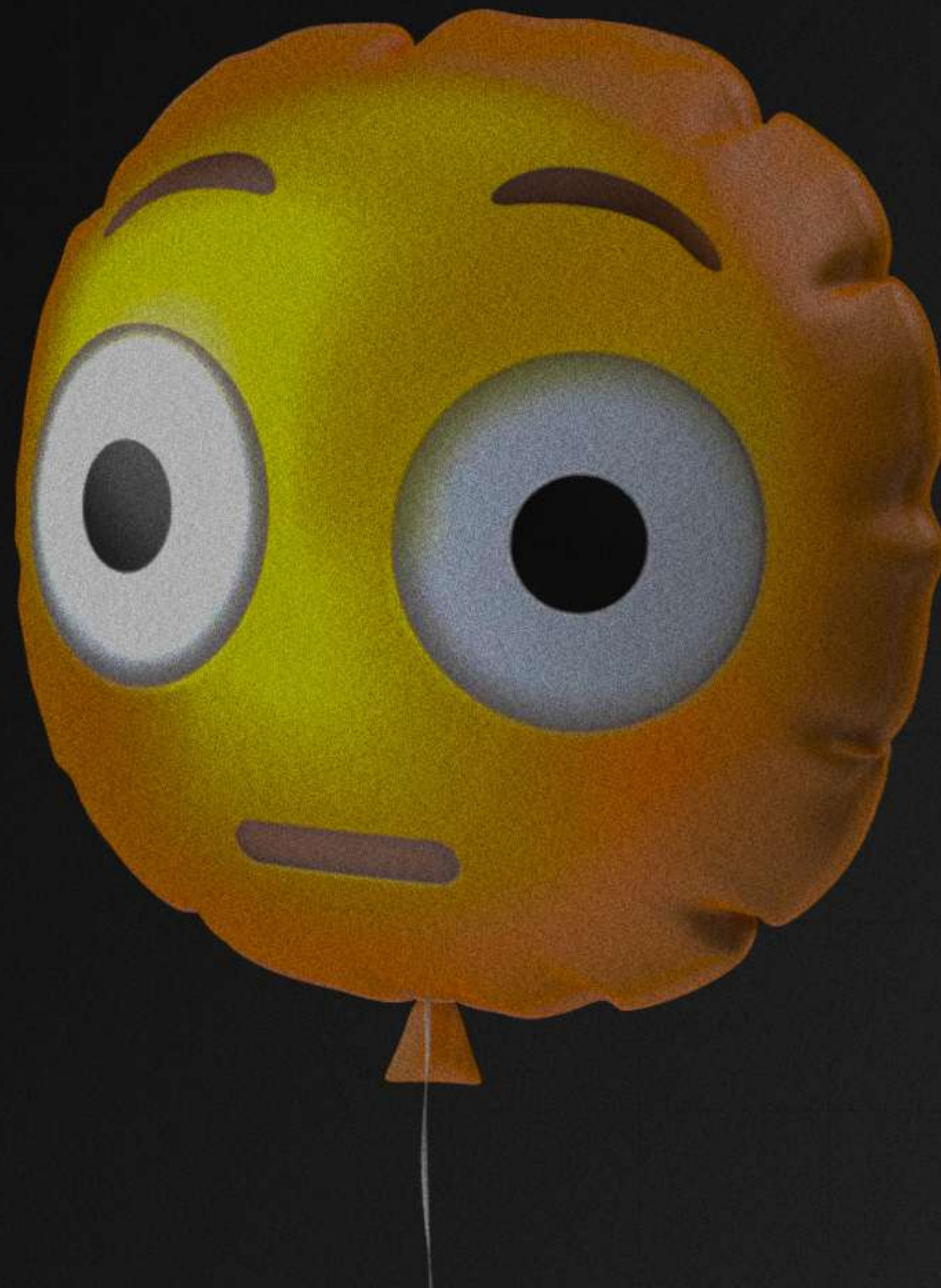


ПРОБЛЕМА

Ситуация — мы небольшое маркетинговое агентство, которое дружит с небольшим продакшеном.

Задача — привлечь новых клиентов, выделиться в толпе конкурентов разных мастей и громко, нет, **ГРОМКО** объявить о себе.

И все что у нас есть — это наши внутренние ресурсы и... соцсети.



ANDIR SHOW



Так родился «Тандыр»
платное реалити-шоу об
автоворонках, которое мы
создавали целых 9 месяцев

СМОТРЕТЬ ТРЕЙЛЕР ▶

Наша кампания обязана была быть супер low-budget, поэтому всю ставку мы сделали на контент:

сняли кинематографические трейлеры, рекламные ролики одним кадром, и даже спели кавер на шлягер Imagine Dragons, используя имеющиеся ресурсы под руками, добавим к ним щепотку креатива

Весь наш самобытный контент был направлен на самую требовательную и насмотренную аудиторию — лучших маркетологов страны.



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

СЕРИЯ 1
Сожги свой портрет ЦА



СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 2
Как сделать свой продукт востребованным?




СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 3
Сильное торговое предложение




СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 4
Секретные секреты - самая важная серия



СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 5
Секретный секреты. Часть 2



СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 6
От теории к практике



СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 7
Изнанка воронки Dervish Production



СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

СЕРИЯ 8
Сколько денег принес Тандыр



СОДЕРЖАНИЕ СЕРИИ

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



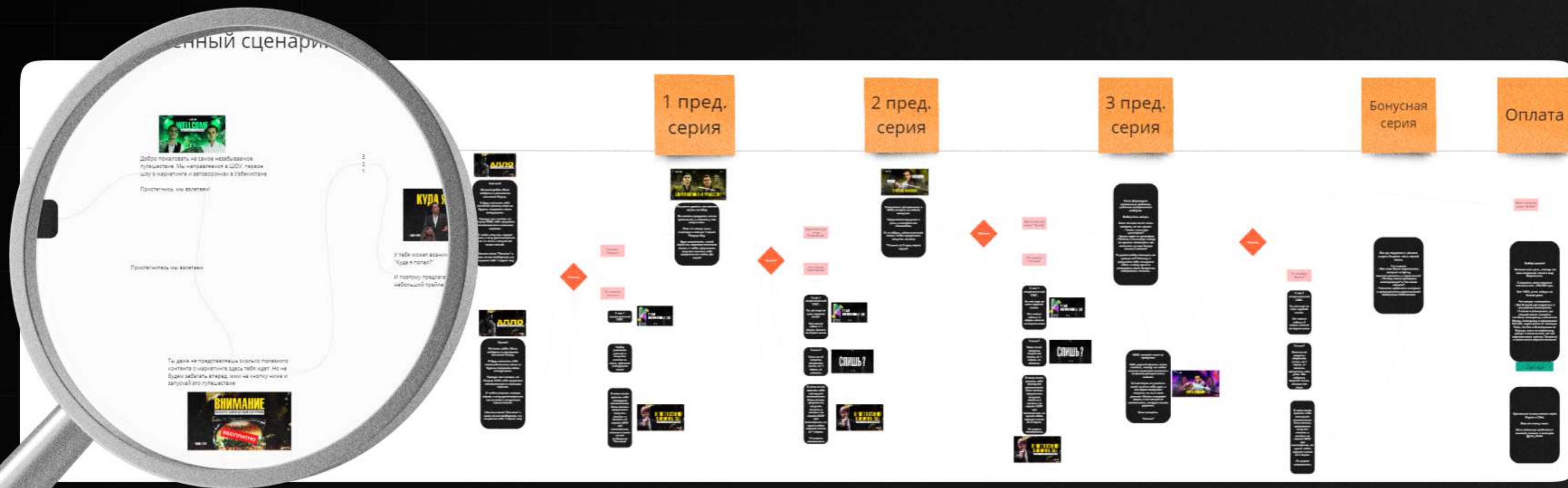
[Ссылка](#)



[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.

⚡ 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 ПОТОМ МЫ РЕШИЛИ ПОКАЗАТЬ МАРКЕТОЛОГАМ,

как нам удалось это сделать, показав весь процесс работы изнутри



Что у нас получилось в итоге?

На таргетированную рекламу мы потратили всего 350\$, и этой суммы хватило, чтобы покрыть 5000+ представителей ЦА, привлечь 700 подписчиков, из которых 60 человек — купили доступ к нашему реалисти-шоу.



Мы заработали 14 000 000 сум только с продаж шоу, которые по итогу отправили в благотворительность.

Агентство привлекло 12 новых клиентов, которые за 2 месяца принесли более 140 000 000 сумов.

А видео-продакшен привлек еще 4 новых заказчика, которые принесли еще более 200 000 000 сум

