

TAF!

Tashkent Advertising Festival

8-9 октября

2021



Tashkent
Advertising
Festival

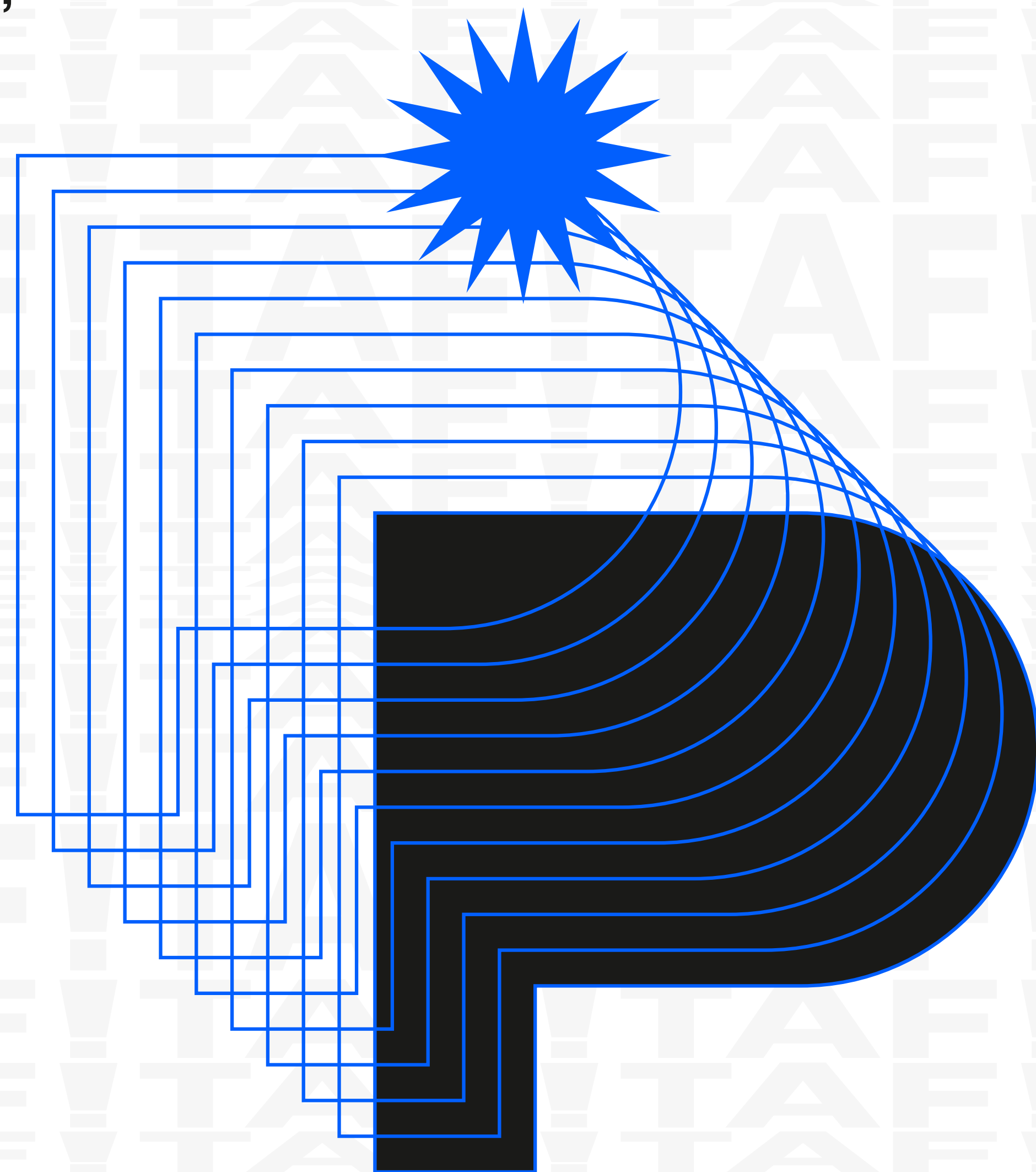
Третий Ташкентский фестиваль рекламы TAF! - это единственный рекламный праздник Узбекистана, в котором:

- ✦ Принимают участие все активные потребители и бренды страны;
- ✦ Потребителями и экспертами определяется и обсуждается лучшая реклама прошедшего года;
- ✦ Показывается лучшая мировая реклама;
- ✦ Самые известные бренды рассказывают про свои отношения с потребителями;
- ✦ Ведущие зарубежные и отечественные эксперты делятся своими знаниями с коллегами и молодежью;
- ✦ На специальных площадках бренды проводят для потребителей тематические мастер-классы, конкурсы, розыгрыши призов, презентации своих новинок.



Программа фестиваля

- ◆ Конкурс лучшей рекламы по выбору потребителей и экспертов;
- ◆ ABC-show, коллекция лучшей мировой рекламы;
- ◆ Рекламное интерактивное шоу с тематическими мастер-классами, конкурсами, розыгрышами призов, презентациями новинок ведущих брендов;
- ◆ Международная рекламная конференция;
- ◆ Церемония награждения победителей конкурсов лучшей рекламы;
- ◆ Мастер-классы, тренинги и ворк-шопы отечественных и зарубежных экспертов.



Возможности участников фестиваля

- ◆ партнер-спонсор фестиваля (варианты пакетов участия в зависимости от статуса прилагаются);
- ◆ спикер международной конференции;
- ◆ участник интерактивного шоу с проведением тематических мастер-классов, конкурсов, розыгрышей призов, презентаций своих новинок;
- ◆ участник конкурса лучшей рекламы по выбору потребителей и экспертов, в одной или нескольких номинациях;
- ◆ зритель коллекции лучшей мировой рекламы ABC show.



Пакеты партнерского участия в фестивале

Генеральный
партнер

150 млн.сум

Стратегический
партнер

100 млн.сум

Официальный
партнер

75 млн.сум

VIP
партнер

50 млн.сум

Индустриальный
партнер

поддержка
международных брендов
в области маркетинга и
рекламы

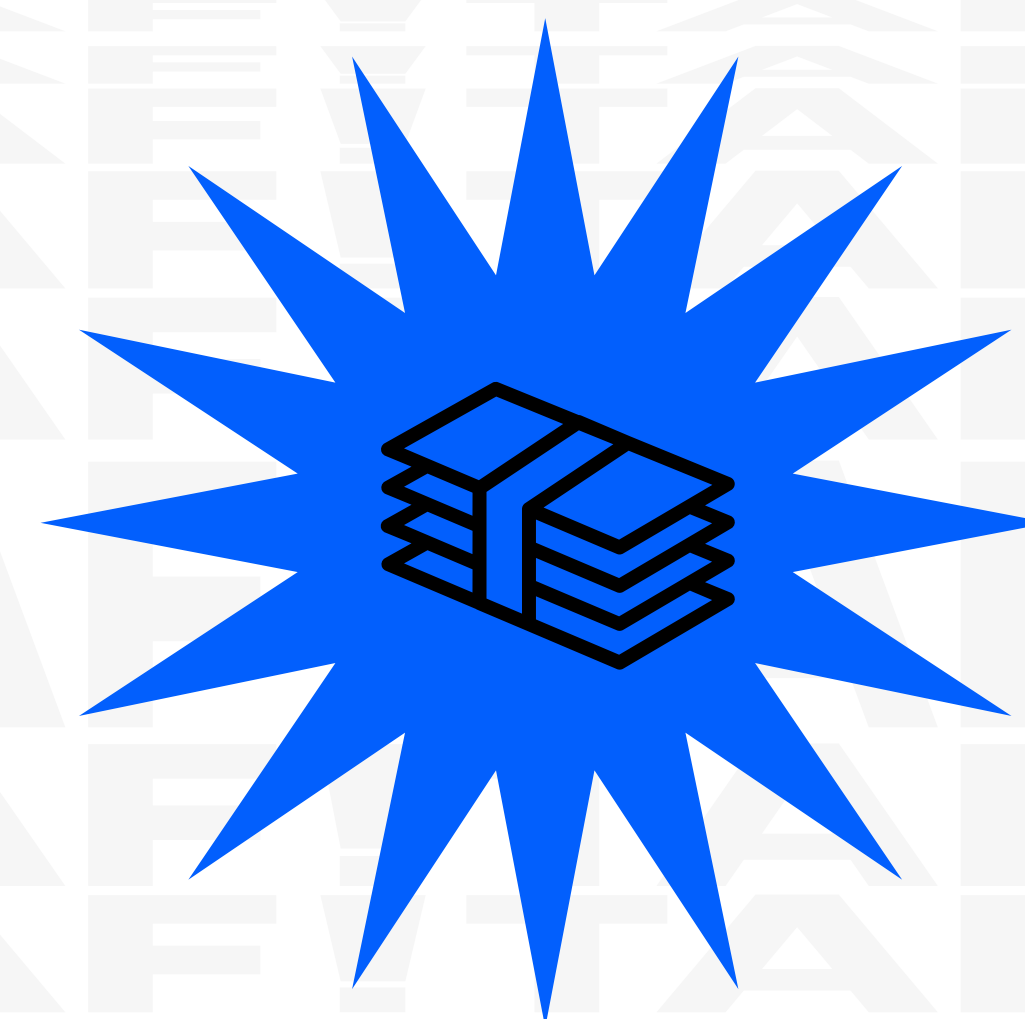
Партнер

30 млн.сум

или помощь в
организации фестиваля

Информационный
партнер

СМИ, блогеры и
др.инфоресурсы



TAF!

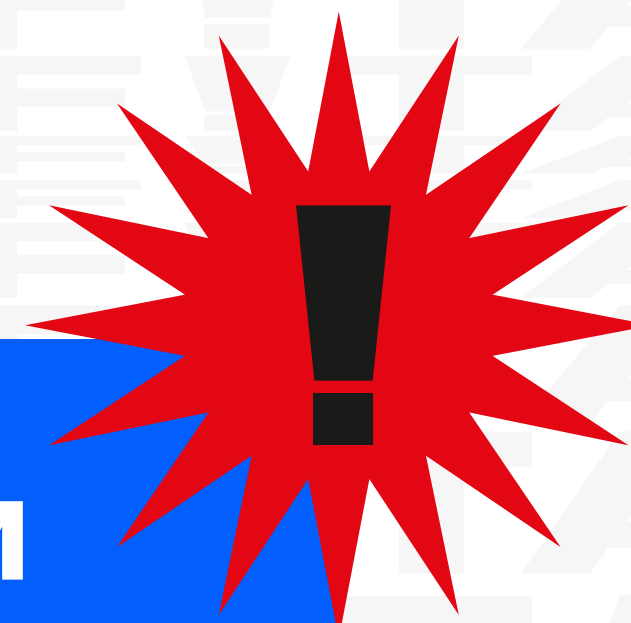
Tashkent
Advertising
Festival

Конкурс лучшей рекламы по
выбору потребителей и
экспертов



Как принять участие в конкурсе?

Заявки на конкурс подаются брендами



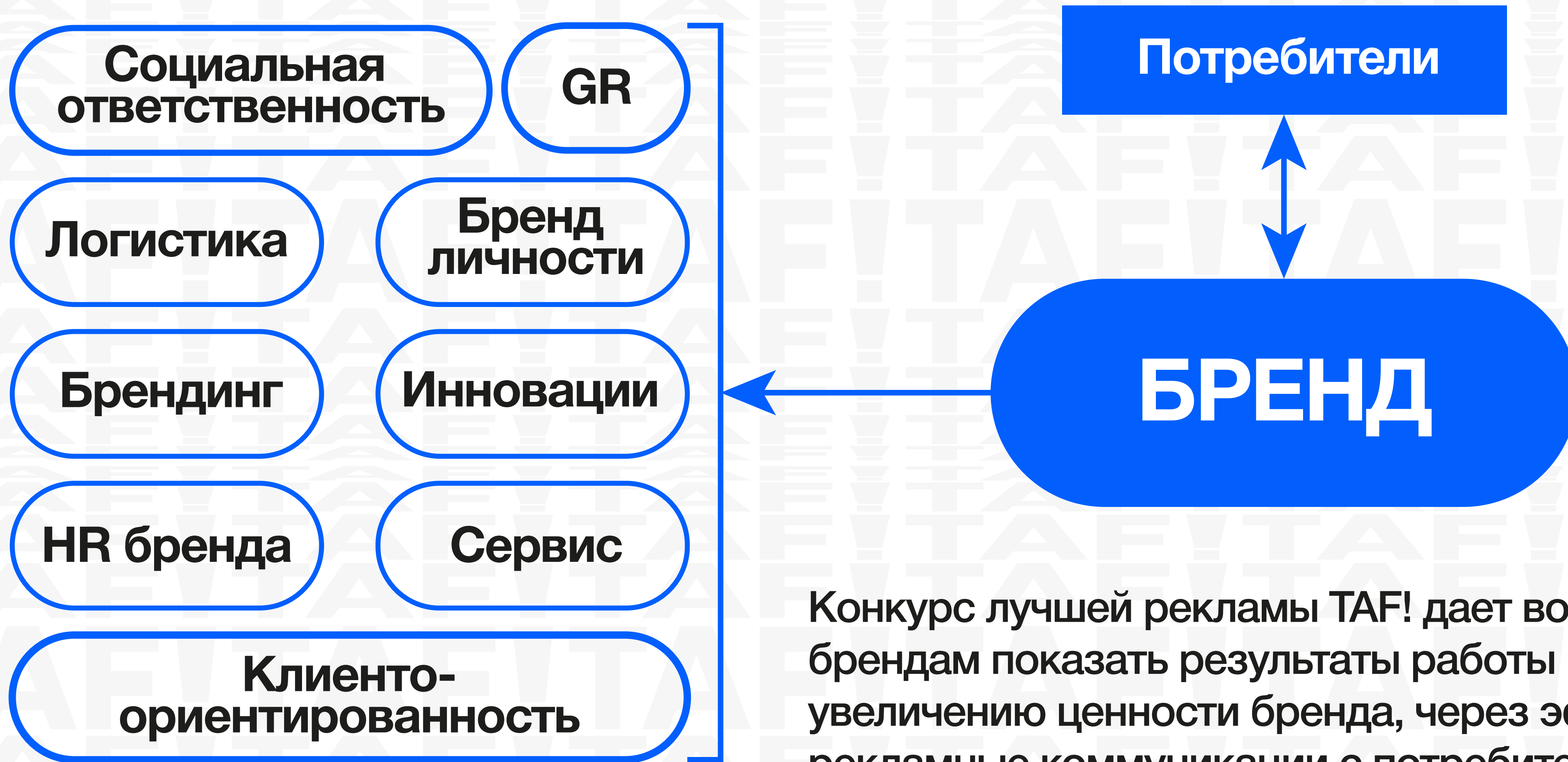
В конкурсе участвуют любые проекты в сфере маркетинговых коммуникаций, реализованные на территории Республики Узбекистан в 2019-2021 годы, в том числе поданные на фестиваль TAF! в 2019-2020 годах.

Заявки подаются по 10 номинациям на сайт marketing.uz в виде:

видеоролика (до 3 минут)

или презентации

Ценность бренда



Конкурс лучшей рекламы TAF! дает возможность брендам показать результаты работы по увеличению ценности бренда, через эффективные рекламные коммуникации с потребителями.

Зачем брендам участвовать в конкурсе?

- ◆ Повысить осведомленность о своем продукте среди экспертного сообщества и широкого круга потребителей;
- ◆ Повысить охват и увеличить ценность бренда за счет профессионального продвижения своего рекламного продукта на информационных ресурсах фестиваля (СМИ, соцсети, мессенжеры, сайт, YouTube);
- ◆ Поддержка конкурса подтверждает уважительное отношение бренда к своим потребителям через создание качественной рекламы;
- ◆ Хорошая реклама улучшает бизнес.



Зачем рекламным агентствам участвовать в конкурсе?

- ✦ Стать победителем конкурса и получить признание 45 отечественных экспертов-маркетологов и сотен тысяч потребителей;
- ✦ Пополнить свое портфолио кейсом, участвующим в единственном рекламном, маркетинговом конкурсе в Центральной Азии;
- ✦ Возможность заявить о себе потенциальным заказчикам на специализированной профессиональной площадке;
- ✦ Получить опыт участия в конкурсе и фидбеки членов жюри и потребителей.



Зачем потребителям участвовать в голосовании?

Для того чтобы узнать:

- ◆ Какой должна быть хорошая реклама;
- ◆ Какая реклама у нас лучшая;
- ◆ Какие бренды делают лучшую рекламу.



Номинации конкурса

Запуск нового
продукта
или услуги

1

Ребрендинг

2

Кампания
с одним
каналом
коммуникации

3

Интегрирован-
ная кампания

4

Рекламная
кампания
с известными
личностями

5

SMM
кампания

6

Сезонная
кампания

7

Создание
комьюнити,
сообщества,
программа
лояльности

8

Кампания с
использовани-
ем националь-
ных ценностей

9

Решение
общественно
значимых
задач

10

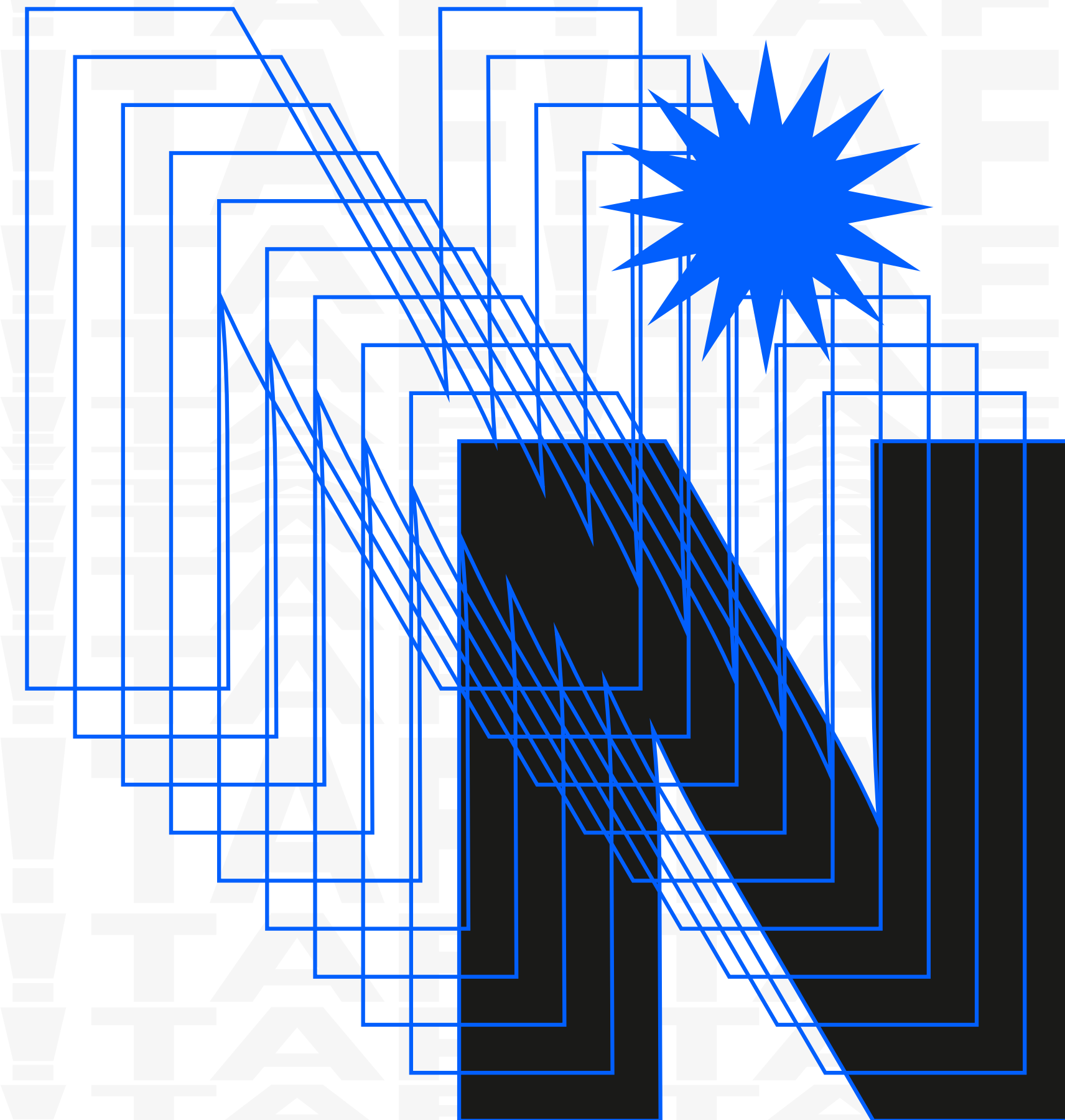
Номинации

Запуск нового продукта или услуги

Кампания, направленная на представление покупателям нового продукта или услуги. Это могут быть новые бренды, новые продукты существующего бренда или расширение линейки продуктов.

Ребрендинг

Кампания по изменению как бренда, так и производимого им товара, либо его составляющих: логотипа, слогана, визуального оформления.



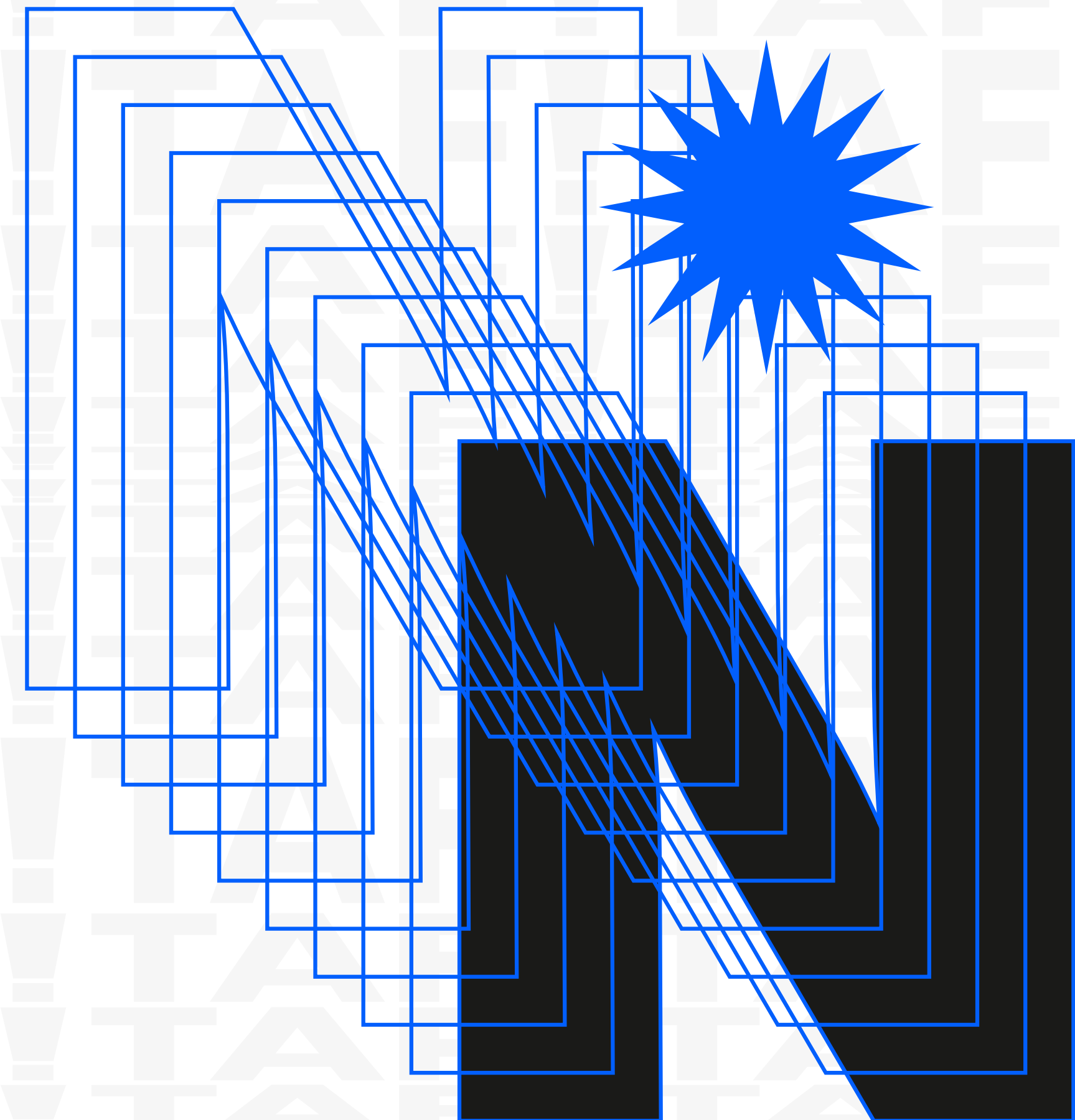
Номинации

Кампания с одним каналом коммуникации

Рекламные кампании с одним каналом коммуникации (СМИ, соцсети, торговые точки, интернет, наружная реклама, выставки, рекламные мероприятия, мобильные приложения, e-mail).

Интегрированная кампания

Рекламные кампании с несколькими каналами коммуникации



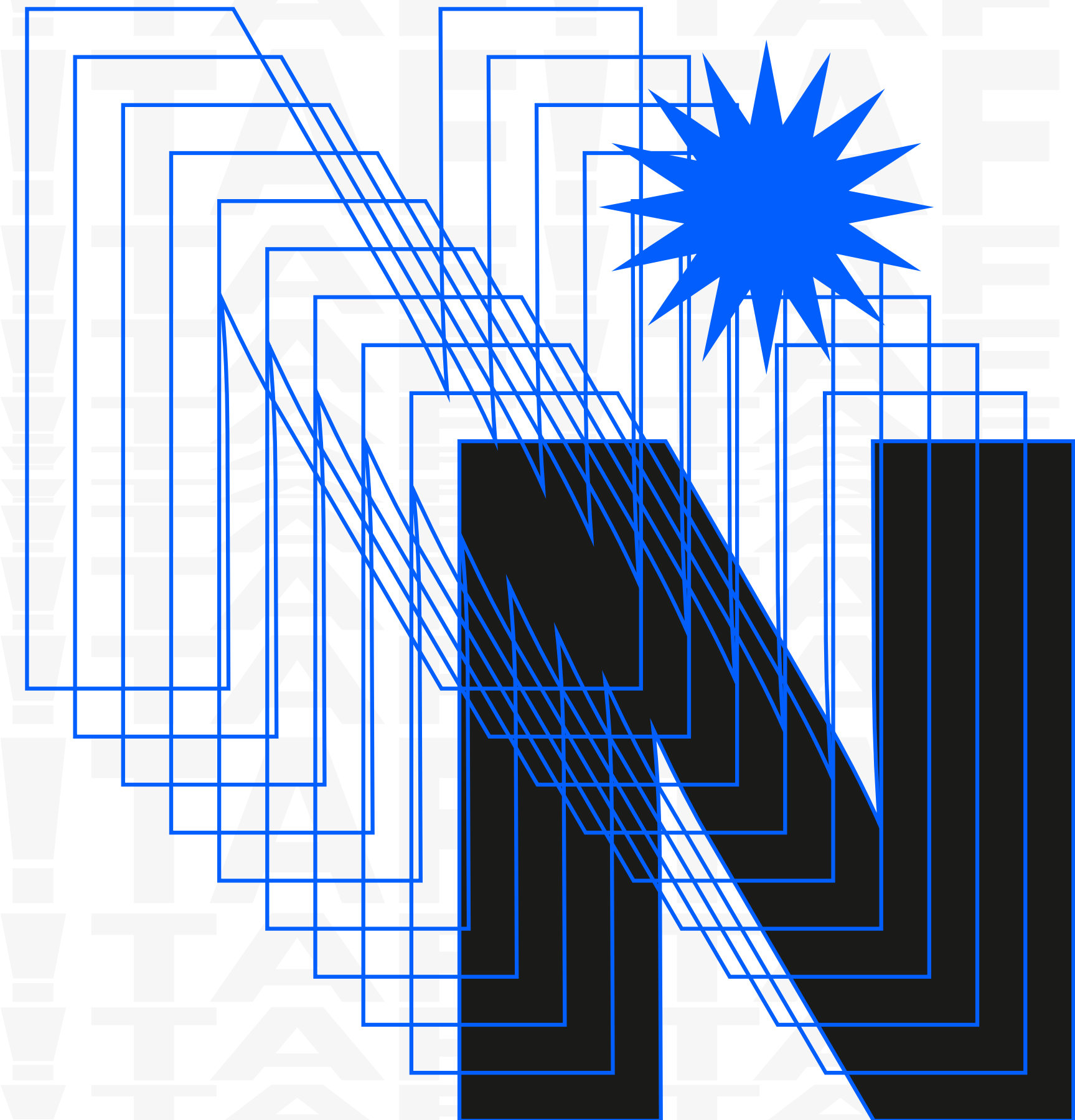
Номинации

Рекламная кампания с известными личностями

Кампании, в которых известная личность – селебрити, инфлюенсер, блогер – успешно использовалась для привлечения внимания и интереса потребителя к бренду.

SMM кампания

Рекламные кампании, которые использовали социальные сети в качестве главного коммуникационного канала при общении со своей аудиторией.



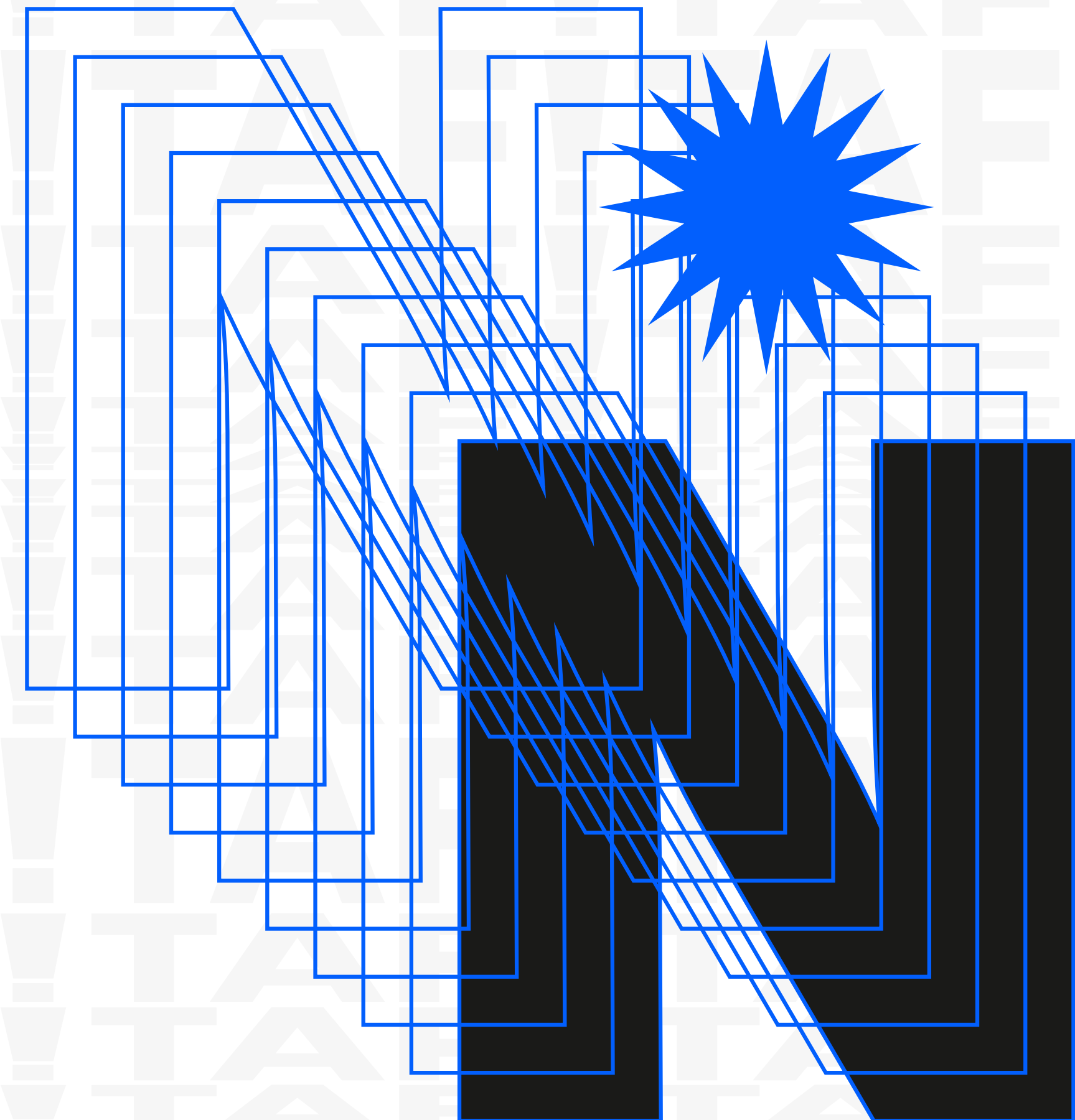
Номинации

Сезонная кампания

Рекламные кампании, которые сконцентрировали свои маркетинговые усилия вокруг сезонного периода активности потребителей или какого либо события (например, Новый год, летний отдых, зимний вид спорта, 8 марта и т.п.)

Создание комьюнити, сообщества, программа лояльности

Проекты, направленные на создание и рост активного сообщества бренда, либо на рост лояльности покупателя к бренду и установлению долгосрочных отношений между ними.



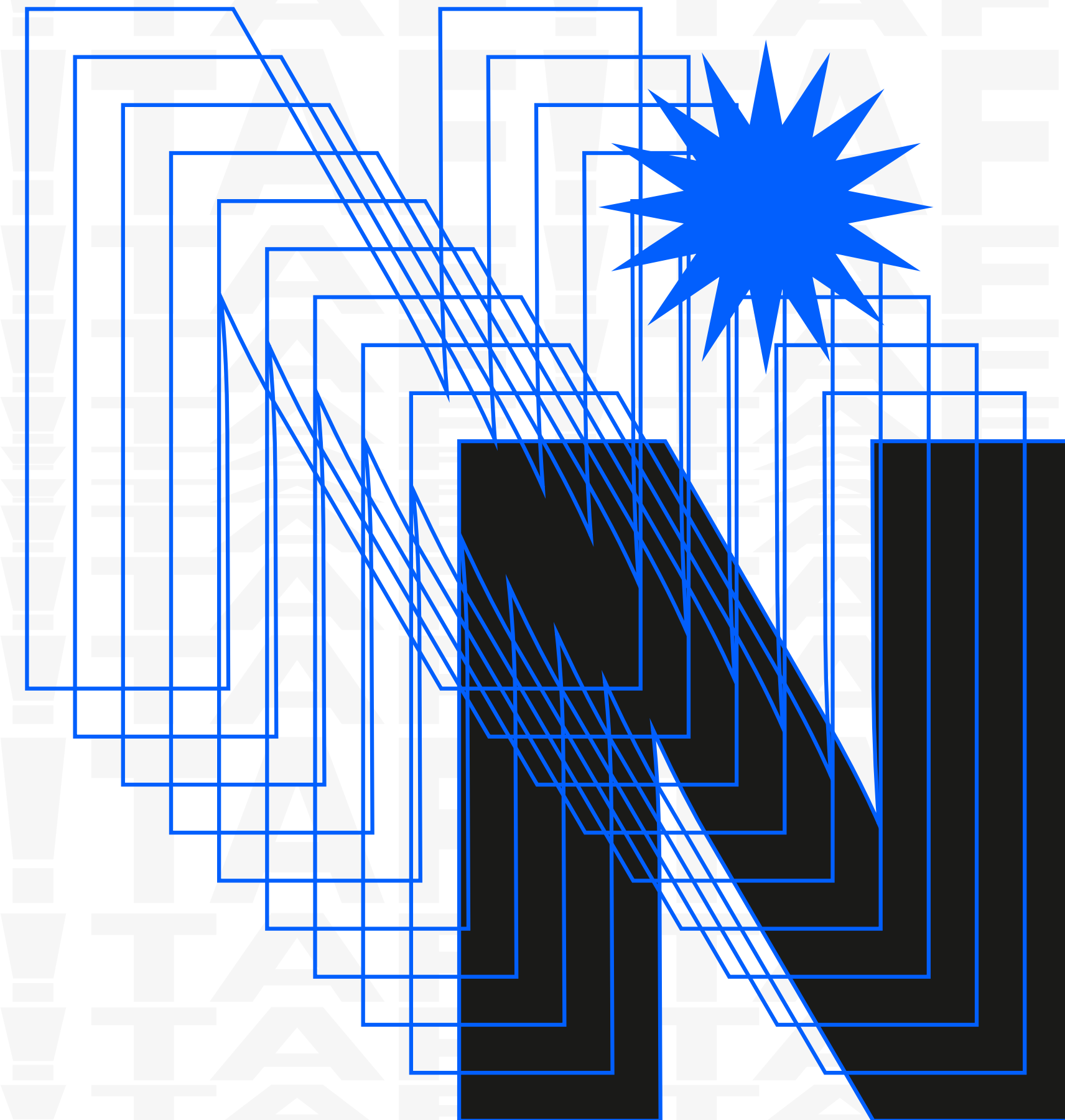
Номинации

Кампания с использованием национальных ценностей

Кампании, которые смогли эффективно и эффектно поддержать национальные ценности, инсайты и традиции для выполнения собственных маркетинговых целей.

Решение общественно значимых задач

Кампании, которые эффективно объединили бизнес-цели и решение общественно значимых задач (здоровье, экология, образование, общество, семья и т.д.), успешно связали эти цели с общей стратегией бренда.



Процесс голосования

После завершения срока приема заявок начинаются процессы голосования:

- ◆ голосование 45 членов экспертного жюри по опросу агентства De Facto;
- ◆ открытое голосование потребителей в телеграм-боте Uzbrand, в котором указываются бренды-участники конкурса и названия проектов.

Победители выбираются по результатам голосования отдельно среди экспертов и среди потребителей.

В каждой номинации экспертов присуждаются золото, серебро и бронза, у потребителей – победитель номинации. Эксперты и члены Ассоциации голосуют по трехбальной системе. В конкурсе также предусмотрены три специальные номинации, победители которых определяются экспертами Ассоциации.

Что должно быть в заявке?

1

Краткое название проекта (название бренда, проект 1-2 словами).

2

Опишите проблему или ситуацию, которую призван решить рекламный проект

3

Укажите инструменты для измерения результатов (% продаж, охват, конверсии, вовлеченность и т.п.)

4

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

5

Представьте использованные виды рекламных коммуникаций (видео, постер, эмбиент, упаковка, аудио, публикации, полиграфическая продукция, промоакции, ивенты и т.д.)

6

Расскажите о полученных результатах исходя из выбранных инструментов измерения.

Критерии голосования по выбору экспертов



Оригинальность
идеи



Профессионализм
её реализации



Результативность проекта
с точки зрения решения
поставленной задачи

Критерии голосования по выбору потребителей



Оригинальность
идеи



Привлекательность
рекламируемого продукта

Участие агентств

При подаче заявки, бренд имеет право указать все агентства, которые участвовали в проекте. В случае победы проекта, участвующие агентства также получают награды и отмечаются вместе с компанией-заявителем.

Мониторинг голосования

Все желающие могут перейти на сайт marketing.uz, чтобы ознакомиться с видео роликами или презентациями конкурса. Статистика голосования потребителей отображаются на сайте marketing.uz в режиме реального времени.



Календарь конкурса

Начало
подачи
заявок

1 июля
2021 года

Окончание
подачи
заявок

31 августа
2021 года

Голосование

1 сентября –
25 сентября
2021 года

Церемония
награждения

9 октября
2021 года



marketing.uz

TAF! Tashkent Advertising Festival



marketing.uz



+99897 402 28 20



@Uzbrand



MAKON MARKETING

