



Бренд: группа компаний КНАУФ в Узбекистане

Краткое название кампании: KNAUF ADVENT UZ

Исполнители:

ADD Event — техническая реализация.

TAF
KNAUF
SMM кампания

Номинация: SMM Кампания

Цель проекта: продвижение аккаунта КНАУФ в Инстаграм, увеличить количество подписчиков Инстаграм не менее, чем на 500. Охват не менее 50 000. Репосты не менее 1500.

Измерение: количество подписчиков, репосты.

Идея: традиционно в Европе (КНАУФ немецкая компания) с помощью рождественского календаря отслеживают время до прихода Рождества. Праздников много не бывает, и мы решили создать свой КНАУФ адент-календарь.

Рождественский календарь это, по традиции, игрушечный картонный домик с открывающимися окошками, в каждой ячейке которого (обычно их 24 по количеству дней адвента) лежит сюрприз: шоколадка, сувенир, печенье, записка с пожеланиями и другие подарки. Ежедневно открывается одна ячейка календаря и так - до Рождества.



Номинация: SMM Кампания

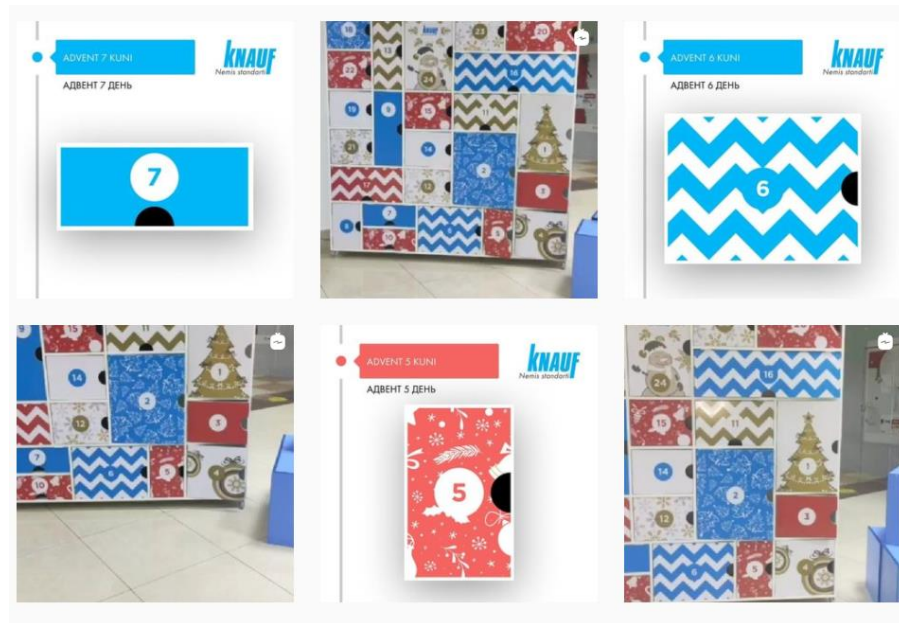
Механика

Разработка специальных праздничных имиджей;

Создание адвент-календаря (специального шкафчика, разделённого на 24 ячейки);

Ежедневная публикация в Инстаграм КНАУФ поста дня с цифрами 1,2,3,4, ...,24).

Для участия необходимо было написать только слово «участвую» в комментариях под постом дня и участнику присваивался порядковый номер для розыгрыша.



Номинация: SMM Кампания

Рекордное число участников одного дня – 550 участников.

Ежевечерний эфир: в определенное время ведущий в прямом эфире на официальной страничке в Инстаграм открывал соответствующий ящик «календаря». Содержимое ящика являлось сюрпризом, участники розыгрыша не знали, что находится внутри. Это придавало розыгрышу еще больше интереса и азарта.

В качестве ведущих принимали участие популярные блогеры (на фото слева направо):

Абдулазиз Эгамбердиев,

Индира Мифтахова,

Абдулазиз Маметов.

Сотрудники и руководство КНАУФ (на фото слева направо):

Генеральный Директор Предприятий КНАУФ в Узбекистане Дерипалко Д.А.,

Руководитель по маркетингу и сбыту Абдужамилев Ш.Р.,

штукатур Саидмахмутхожаев Н.



Номинация: SMM Кампания

Продвижение: Соц.сеть Инстаграм, официальный Телеграм-канал КНАУФ, соц.сети приглашенных блогеров.

Результат:

Подписчики в Инстаграм за период активности - +600 (что является отличным результатом для такого узкоспециализированного аккаунта), после завершения розыгрыша отписались всего лишь 70.

Охват 55 тысяч человек.

Репосты 2500.



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**