



НОМИНАЦИЯ

Интегрированная кампания

БРЕНД

Barbeque Burger

КРАТКОЕ НАЗВАНИЕ КАМПАНИИ

«Алишер(ы), лови(те) скидку»

ПРОБЛЕМА

В какой-то момент, после открытия новых ресторанов быстрого питания, молодежь все реже стала посещать Barbeque Burger. Для решения данной проблемы была разработана акция, разберем ее ниже.





ИДЕЯ

Чтобы вновь вызвать интерес молодежи к **BBQ**, агентством **«8 BIT MEDIA»** была разработана рекламная кампания: **«Алишер(ы), лови(те) скидку»**.

Таким образом в честь дня рождения Алишера Навои Barbeque Burger дарит 30% скидку всем Алишерам, при наличии удостоверений.

У кампании были следующие цели: напомнить о бренде, а также привлечь более молодую аудиторию 15-25 лет за счет интересного предложения. Для достижения данных целей были проделаны работы с молодежными блогерами-тиктокерами, за которыми следит нужная бренду аудитория.

РЕКЛАМА

«Алишер(ы), лови(те) скидку»



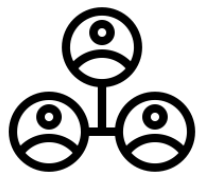
РЕЗУЛЬТАТЫ

«Алишер(ы), лови(те) скидку»



ОХВАТЫ:

43 239



DIRECT-ФОРВАРДЫ:

493



КОММЕНТАРИИ ПОД ПОСТОМ:

548



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

By 8Bit