

Повышение узнаваемости и интереса к бренду за счет креативного ведения страницы

Номинация:

SMM кампания

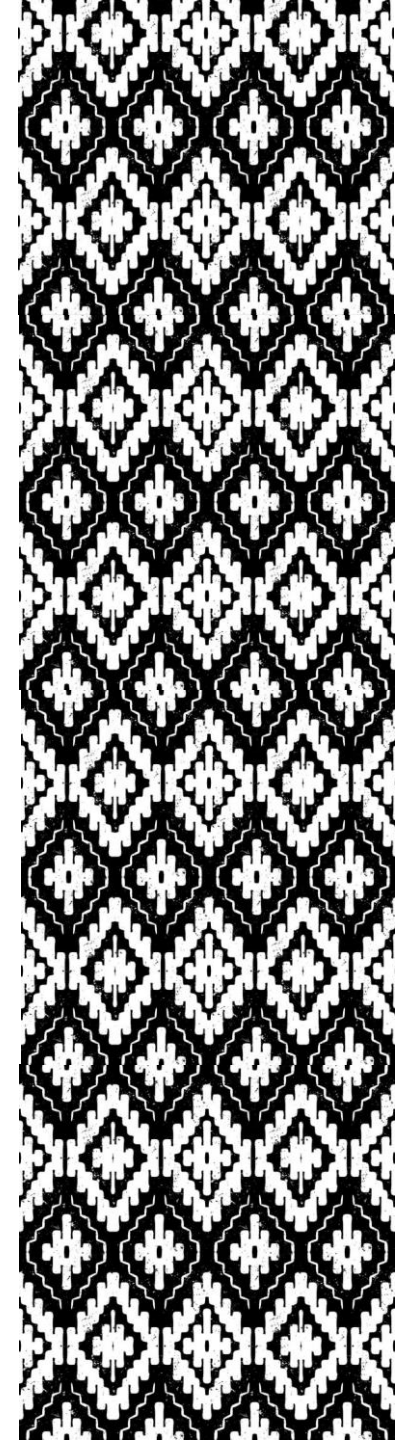


TILLA PALOV

ПРОБЛЕМА

Tilla Palov, работающий исключительно на доставку плова, о котором еще мало кто знал.

На момент открытия (весна 2019 года) доставка плова **Tilla Palov** ничем не отличалась от остальных подобных.



РЕШЕНИЕ

Агентство **«8 Bit Media»** разработало рекламную кампанию вирусного характера из 4 сценариев при небольшом бюджете, для собственных социальных сетей, с разными слоганами:

«Tilla Palov – One love»

«Tilla Palov – connecting people»

«Tilla Palov – повышает рождаемость в стране»

«Пайшанба? Только в Tilla Palov»



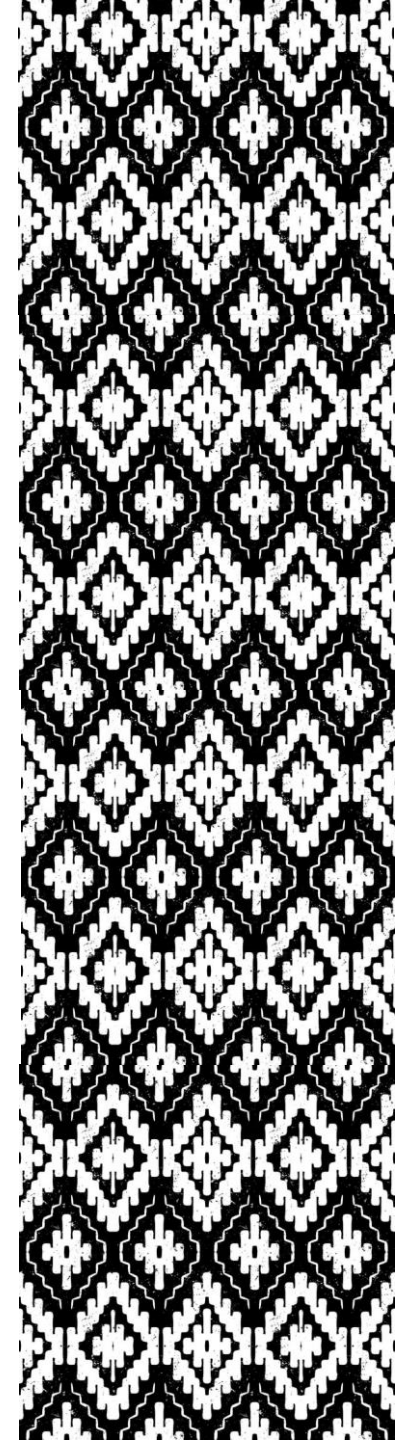
РЕЗУЛЬТАТ

Охват страницы увеличился на

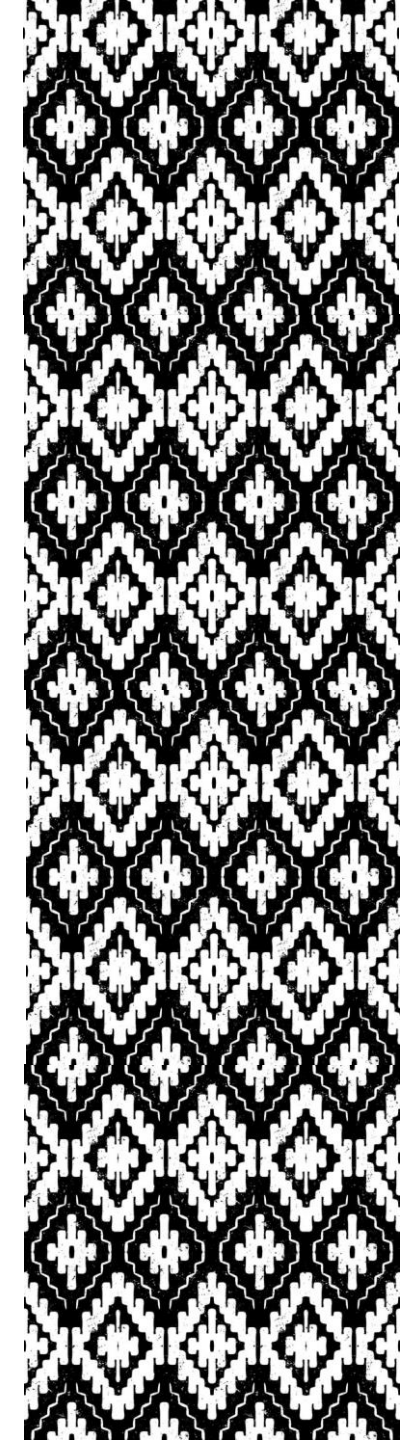
93,0%

Вовлеченность выросла на

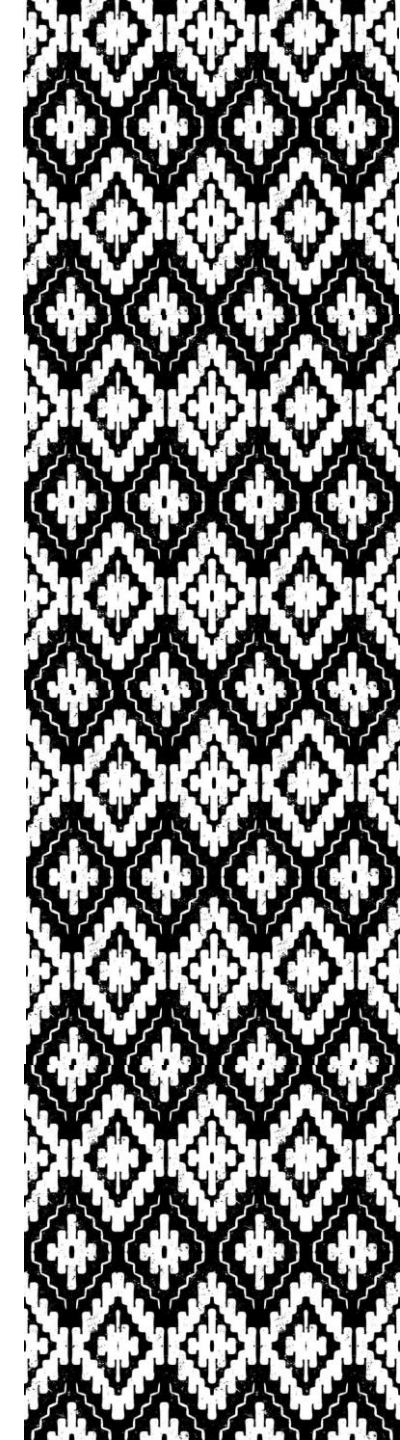
22,0%



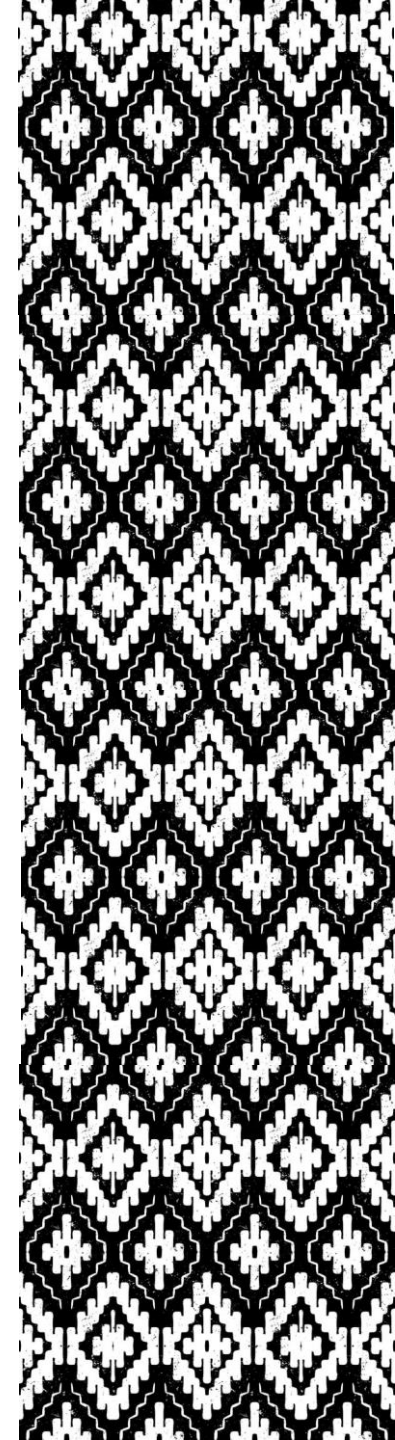
ТОТ САМЫЙ РОЛИК ПРО ИВАН АКА



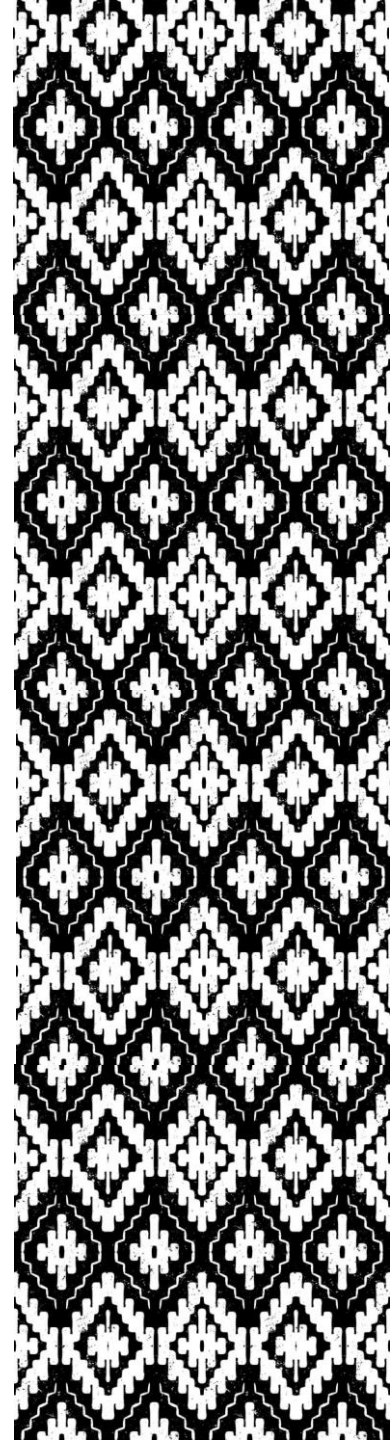
И ЕЩЕ ОДИН РОЛИК ПРО ИВАН АКА



СЕГОДНЯ ПАЙШАНБА



CONNECTING PEOPLE



A close-up photograph of a large, shallow white plate with a blue rim, filled with a traditional Central Asian pilaf. The pilaf consists of long-grain yellow rice, tender brown meat chunks, and sautéed vegetables including carrots and green peas. The background is softly blurred, showing a patterned orange and blue fabric and a portion of another plate with a red sauce. The text "СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ" is overlaid in the center of the image in a bold, white, sans-serif font.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ