

Номинация

**Кампания с использованием национальных ценностей**

Бренд

**Navas**

**Сеть дискаунтеров Navas:**

**Сосед рекомендует**



Рекламная кампания от сети дискаунтеров Navas и маркетингового агентства Division поднимает тему важности рекомендаций и отзывов для узбекистанского народа. Это продуктовый дискаунтер у дома, где каждый найдет товары для себя и своей семьи.

Ситуация:

На локальном рынке ритейла появляются все новые и новые игроки. Такой же новой сетью для потребителей стал запуск продуктовых дискаунтеров Navas. Новые точки Navas открываются еженедельно. Но термин "продуктовый дискаунтер" был не понятен для обыденных потребителей и целевой аудитории.

Перед Navas стояла задача заявить о преимуществах продуктового дискаунтера, выделить бренд на фоне конкурентов, найти разницу между Navas и другими магазинами, обозначить выгоду покупок в дискаунтере.

Инструменты для измерения результатов:

Для измерения результатов эффективности проведённой кампании в первую очередь был выбран показатель посещения точек торговли.

Идея:

Мы провели опрос целевой аудитории и выявили у каждого свой мотив похода в магазин. Эти причины и стали основной идеей коммуникации.

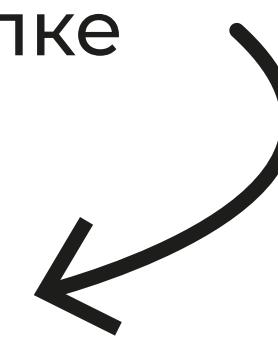
Изучая культурные инсайты и национальные ценности, мы пришли к выводу, что наши потенциальные потребители при выборе тех или иных товаров и брендов, очень часто ориентируются на мнение соседей, друзей и родственников. Это карта культурных ценностей, присущая нашему народу. Рекомендации от наших знакомых играют большую роль в потребительском выборе.

Было решено создать видеоролик, который на поведенческих инсайтах объясняет аудитории мотивы посещения дискаунтера Navas недалеко от дома, в своей махалле.



Для просмотра видео перейдите по ссылке

Смотреть



Результаты:

Результат превзошел ожидания: После размещения рекламной кампании на ТВ и в социальных сетях, количество посетителей дискаунтера возросло

на **17%**

а прирост продаж составил

**36%**

Охваты в социальных сетях переросли за отметку

**280К**

Ролик был положительно воспринят аудиторией и мы получили более тысячи лайков и 400 восторженных отзывов в социальных сетях.

Исходя из обратной связи от потребителей, сделаны выводы, что Navas удалось донести до аудитории преимущества совершения покупок в сети дискаунтеров. После проведенной кампании большая часть потребителей, воспользовавшись услугами дискаунтера, проявили лояльность и остались постоянными покупателями в торговых точках сети.

Спасибо за внимание

by Division