

TAF!

Tashkent
Advertising
Festival

8-9-oktyabr

2021



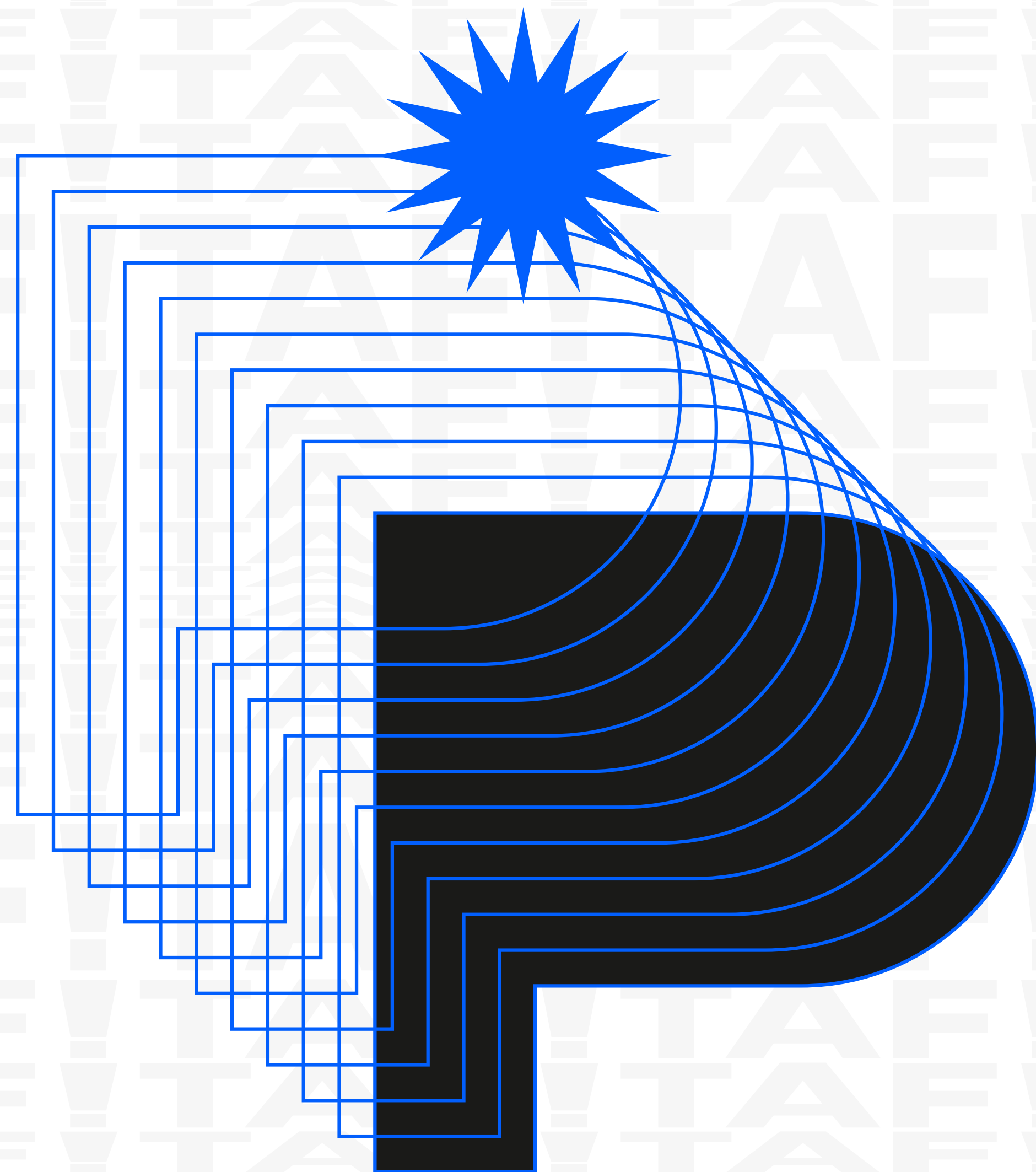
Uchinchi TAF! Toshkent reklama festivali – bu O‘zbekistondagi yagona reklama bayrami bo‘lib, unda:

- ✦ Mamlakatning barcha faol iste'molchilari va brendlari qatnashadilar;
- ✦ Iste'molchilar va ekspertlar o‘tgan yilning eng yaxshi reklamasini aniqlaydilar va muhokama qilinadilar;
- ✦ Jahonning eng yaxshi reklamasini ko‘rsatiladi;
- ✦ Eng mashhur brendlar iste'molchilar bilan o‘z munosabatlari haqida so‘zlaydilar;
- ✦ Yetakchi xorijiy va mahalliy ekspertlar qatnashadilar va yoshlar bilan o‘z bilimlarini o‘rtoqlashadilar;
- ✦ Maxsus maydonchalarda brendlar iste'molchilar uchun mavzuiy mahorat saboqlari, tanlovlar, sovrinlar o‘yini, o‘z yangiliklari taqdimotlarini o‘tkazadilar.



Festival dasturi

- ◆ Iste'molchilar va ekspertlar tanloviga ko'ra eng yaxshi reklama tanlovi;
- ◆ ABC-show – jahonning eng yaxshi reklamalari kolleksiyasi;
- ◆ Mavzuiy mahorat saboqlari, tanlovlar, sovrinlar o'yini, yetakchi brendlar yangiliklari taqdimotlari joy olgan reklama interaktiv shousi;
- ◆ Xalqaro reklama konferensiyasi;
- ◆ Eng yaxshi reklama tanlovlari g'oliblarini taqdirlash marosimi;
- ◆ Mahalliy va xorijiy ekspertlardan mahorat saboqlari, treninglar va vork-shoplar.



Festival ishtirokchilarining imkoniyatlari

- ◆ Festival hamkor-homiysi (maqomiga qarab ishtirok paketi variantlari ilova qilinadi);
- ◆ Xalqaro konferensiya ma'ruzachisi;
- ◆ Mavzuiy mahorat saboqlari, tanlovlar, sovrinlar o'yini, o'z yangiliklari taqdimotlari joy olgan interaktiv shou ishtirokchisi;
- ◆ Bir yoki bir necha nominatsiyalarda iste'molchilar va ekspertlar tanlovi bo'yicha eng yaxshi reklama tanlovi ishtirokchisi;
- ◆ ABC show – jahonning eng yaxshi reklamalari kolleksiyasi tomoshabini.



Festivalda hamkorlik ishtiroki paketlari

Bosh hamkor

150 mln. soʻm

Strategik hamkor

100 mln. soʻm

Rasmiy hamkor

75 mln. soʻm

VIP-hamkor

50 mln. soʻm

Sanoat hamkori

marketing va reklama sohasida xalqaro brendlarni qoʻllab-quvvatlash

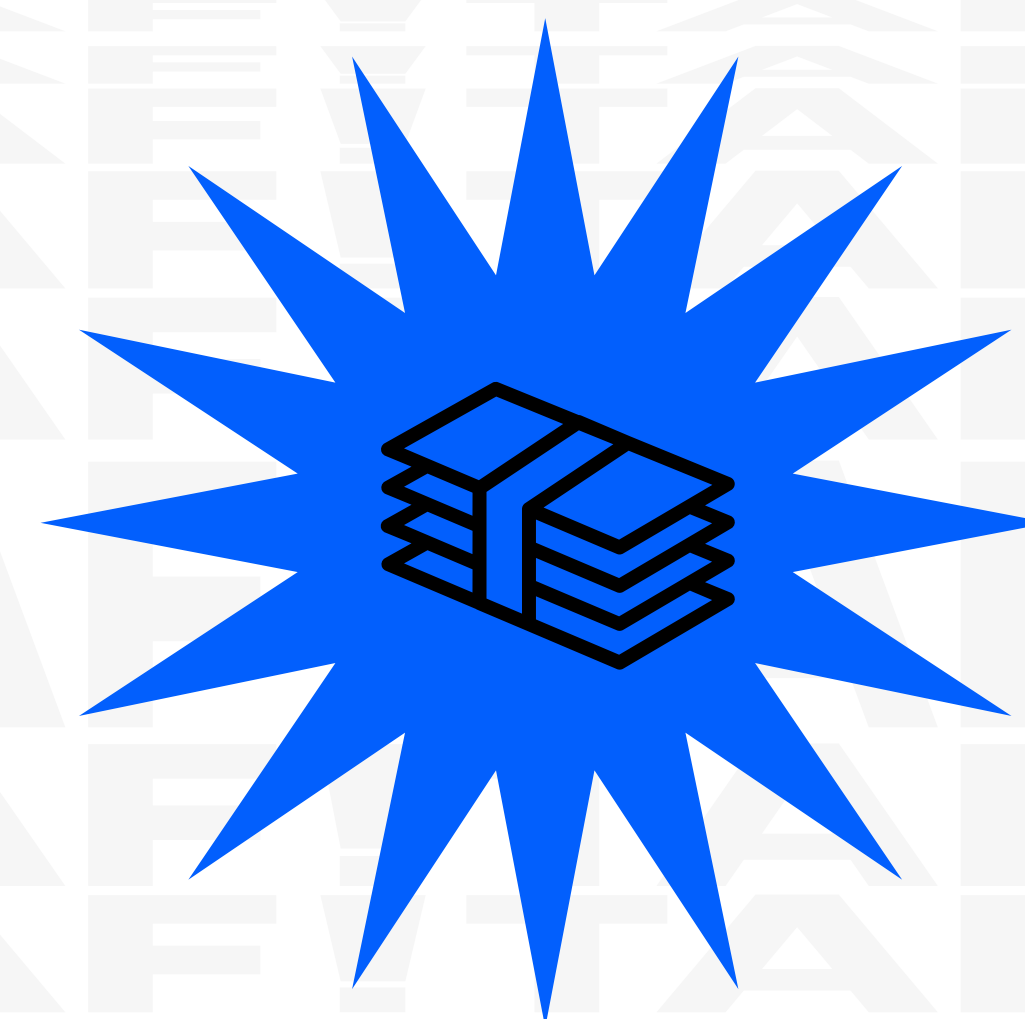
Hamkor

30 mln. soʻm

yoki festivalni tashkil qilishda yordam koʻrsatish

Axborot hamkori

OAV, blogerlar va boshqa axborot resurslari



TAF!

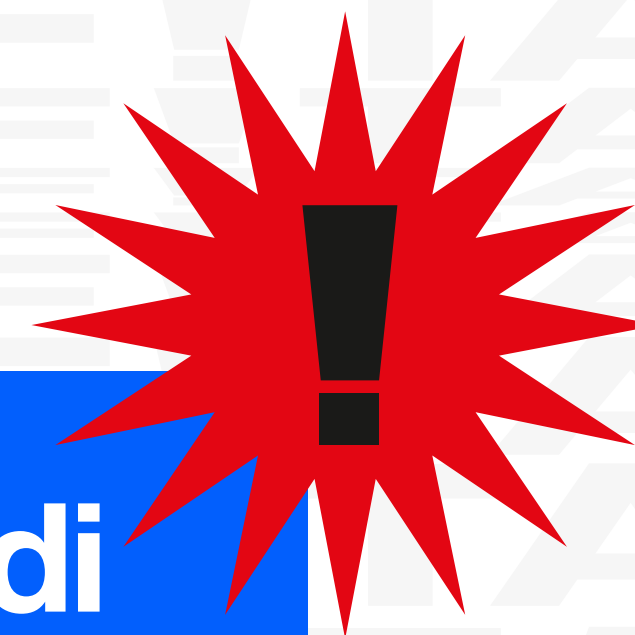
Tashkent
Advertising
Festival

Iste'molchilar va ekspertlar
tanloviga ko'ra eng yaxshi
reklama tanlovi



Tanlovda qanday qatnashish mumkin?

Tanlovga arizalar brendlar nomidan beriladi



Tanlovda O‘zbekiston Respublikasi hududida 2019-2020-yillarda amalga oshirilgan, jumladan TAF! Festivaliga 2019-2020-yillarda taqdim etilgan marketing kommunikatsiyalari sohasidagi har qanday loyiha qatnashadi.

Arizalar marketing.uz saytiga 10 nominatsiya bo‘yicha quyidagi shaklda taqdim etiladi:

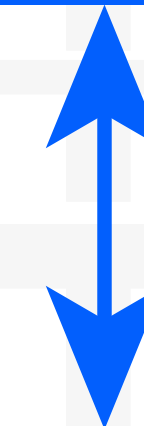
videorolik (3 daqiqagacha)

yoki taqdimot

Brendning qiymati



Iste'molchilar



BREND

TAF! Eng yaxshi reklama tanlovi brendlarga iste'molchilar bilan samarali reklama kommunikatsiyalar orqali o'z qiymatini oshirish bo'yicha ishlar natijasini ko'rsatish imkonini beradi.

Tanlovda qatnashish brendlarga nega zarur?

- ◆ Espert hamjamiyati va iste'molchilarning keng doirasi orasida o'z mahsuloti haqida xabardorlikni oshirish
- ◆ Festival axborot resurslarida (OAV, ijtimoiy tarmoqlar, messenjerlar, sayt, YouTube) o'z reklama mahsulotini professional ilgariyatish hisobiga brendning qamrovini kengaytirib, qiymatini oshirish
- ◆ Tanlovni qo'llab-quvvatlash brendning sifatli reklama yaratish orqali o'z iste'molchilariga nisbatan hurmat bilan munosabatda bo'lishini tasdiqlaydi.
- ◆ Yaxshi reklama biznesni rivojlantiradi.



Tanlovda qatnashish reklama agentliklariga nega zarur?

- ◆ Tanlovda g'olib bo'lish va 45 nafar mahalliy marketolog-ekspertlar va yuz minglab iste'molchilarning e'tirofini qozonish
- ◆ O'z portfoliosini Markaziy Osiyodagi yagona reklama, marketing tanlovida qatnashuvchi keys bilan boyitish
- ◆ Ixtisoslashgan professional maydonda potensial buyurtmachilarga o'zi haqida e'lon qilish
- ◆ Tanlovda qatnashish tajribasiga va hay'at a'zolari hamda iste'molchilardan fidbekka ega bo'lish



Ovoz berishda qatnashish iste'molchilarga nega zarur?

Quyidagilardan xabardor bo'lish uchun:

- ◆ Yaxshi reklama qanday bo'lishi
- ◆ Bizdagi eng yaxshi reklama qandayligi
- ◆ Qaysi brendlar eng yaxshi reklama tayyorlaydi



Tanlov nominatsiyalari

Yangi mahsulot
yoki xizmatni
yo'lga qo'yish

1

Rebranding

2

Bitta kommuni-
katsiya kanaliga
ega kompaniya

3

Integratsiyalan-
gan kompaniya

4

Mashhur shaxs
ishtirokidagi
reklama
kampaniyasi

5

SMM-
kampaniya

6

Mavsumiy
kampaniya

7

Komyuniti,
hamjamiyat,
sadoqat
dasturini
yaratish

8

Milliy
qadriyatlarni
qo'llovchi
kampaniya

9

Ijtimoiy
ahamiyatga ega
vazifalarni
hal qilish

10

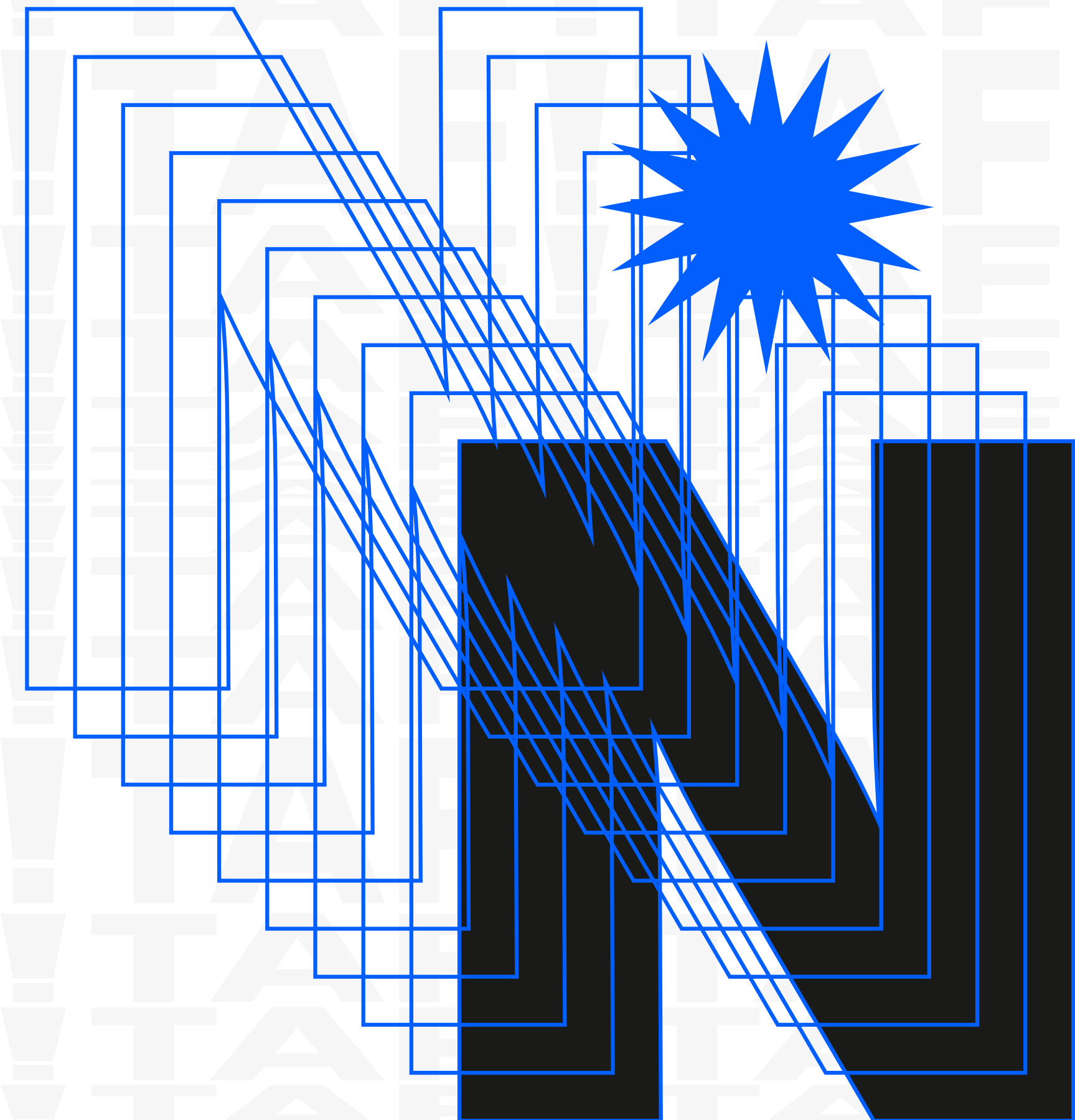
Nominatsiyalar

Yangi mahsulot yoki xizmatni yo'lga qo'yish

Xaridorlarga yangi mahsulot yoki xizmatni taqdim etishga yo'naltirilgan kampaniya. Bu yangi brendlar, mavjud brendning yangi mahsulotlari yoki mahsulotlar safini kengaytirish bo'lishi mumkin.

Rebranding

Brend hamda u ishlab chiqarayotgan tovar yoki uning tarkibiy qismi: logotip, slogan, vizual bezaklari o'zgarishiga oid kampaniya.



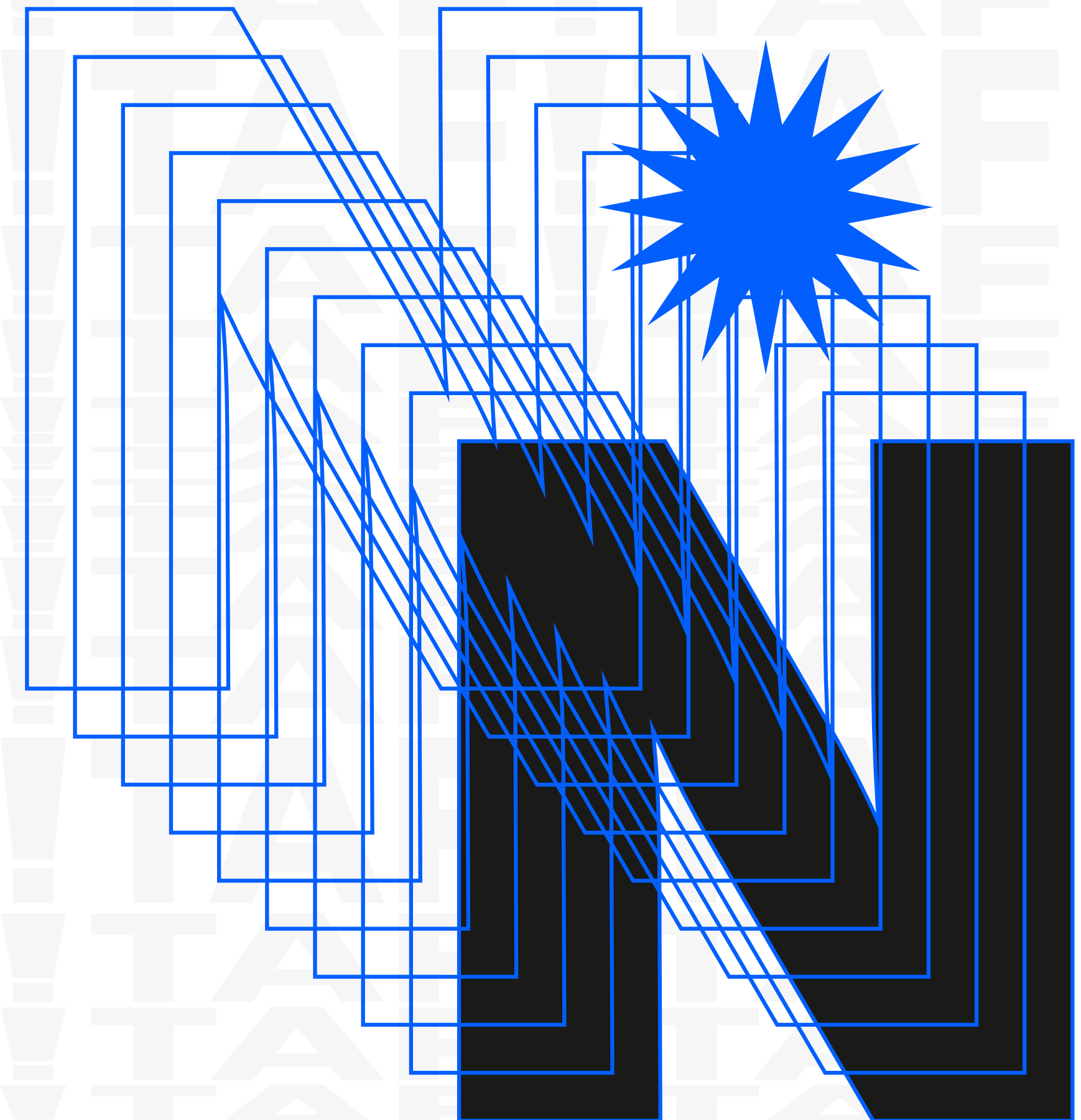
Nominatsiyalar

Bir kommunikatsiya kanalili kompaniya

Bir kommunikatsiya kanaliga ega reklama kampaniyalari (OAV, ijtimoiy tarmoqlar, savdo markazlari, internet, tashqi reklama, ko'rgazmalar, reklama tadbirlari, mobil ilovalar, e-mail).

Integratsiyalangan kompaniya

Bir nechta kommunikatsiya kanallariga ega reklama kampaniyalari



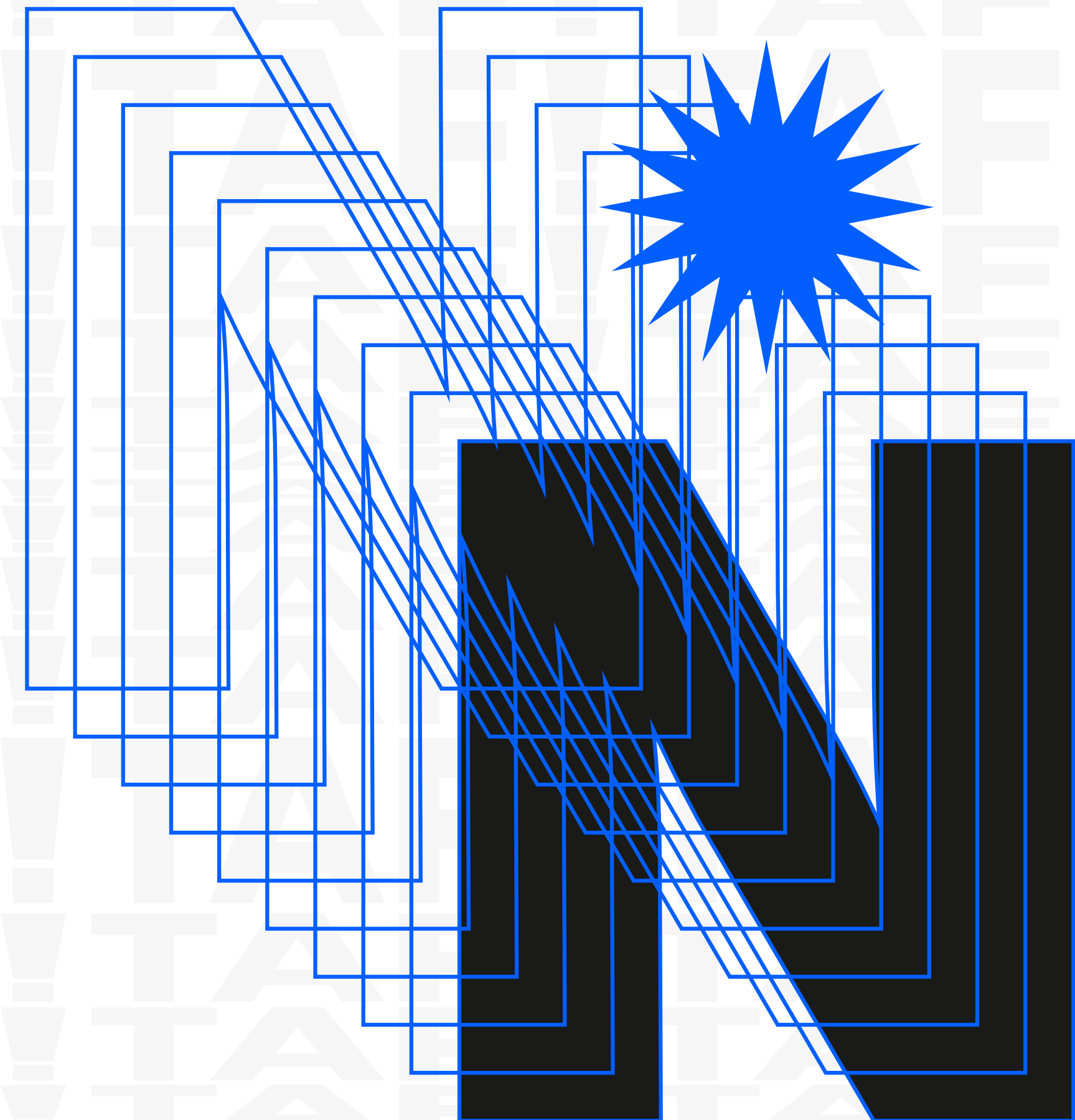
Nominatsiyalar

Mashhur shaxslar ishtirokidagi reklama kampaniyasi

Iste'molchining e'tiborini brendga qaratish va qiziqishini uyg'otish uchun mashhur shaxs (yulduz, inflyuenser, bloger)dan muvaffaqiyatli foydalanilgani kampaniya.

SMM-kampaniya

Ijtimoiy tarmoqlardan o'z auditoriyasi bilan muloqot uchun asosiy kommunikatsiya kanali sifatida foydalangan reklama kampaniyalari.



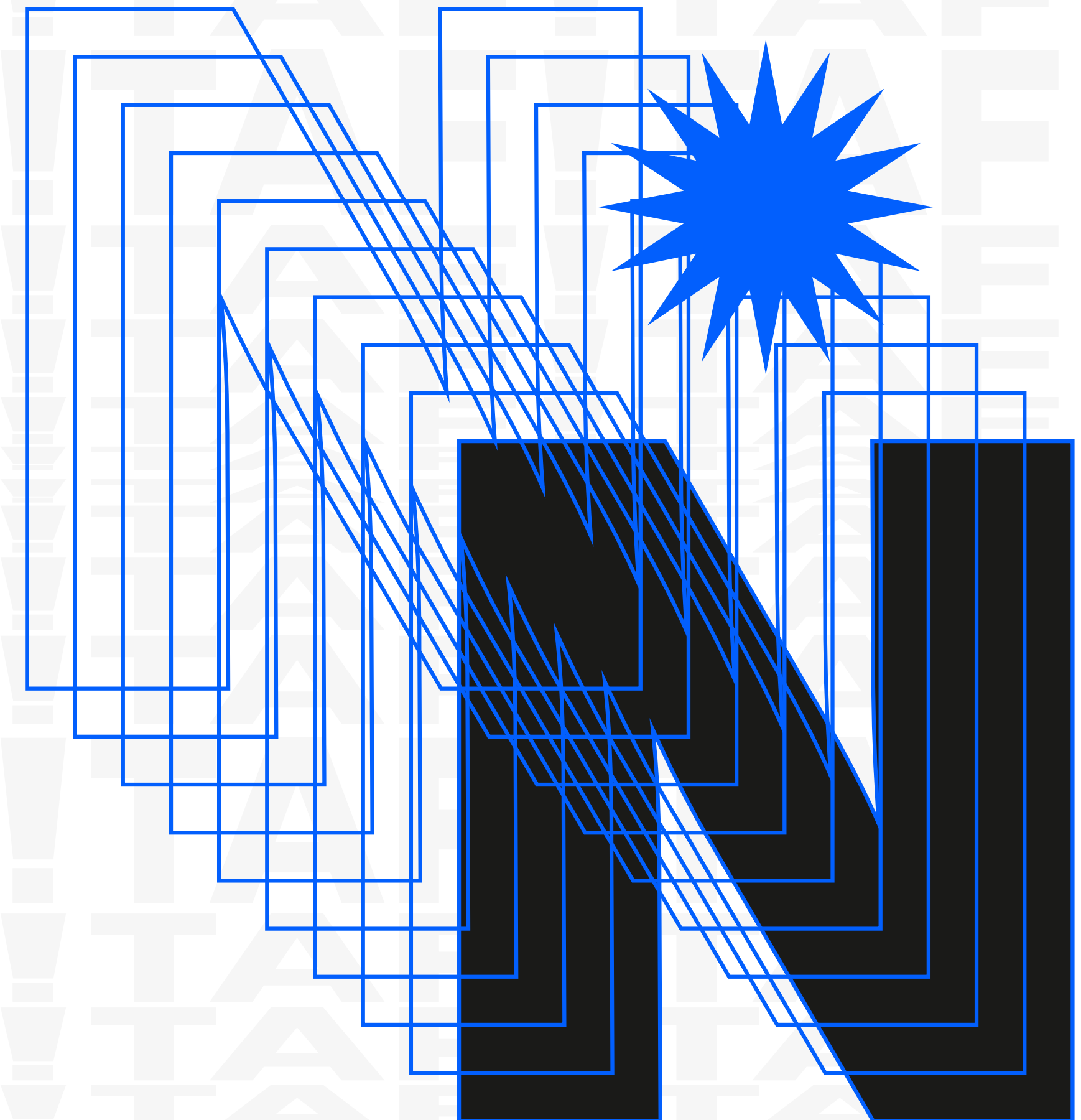
Nominatsiyalar

Mavsumiy kampaniya

O'z marketing sa'y-harakatlarini iste'molchilar faolligining mavsumiy davriga yoki biror voqea atrofida jamlagan reklama kampaniya (masalan, Yangi yil, yozgi dam, qishki sport turi, 8-mart va sh.k.)

Komyuniti, hamjamiyat, sadoqat dasturini yaratish

Brendning faol hamjamiyatini yaratish va rivojlantirishga yoki xaridorlarning brendga sadoqatini oshirish va ular o'rtasida uzoq muddatli munosabatlar o'rnatishga qaratilgan loyihalar.



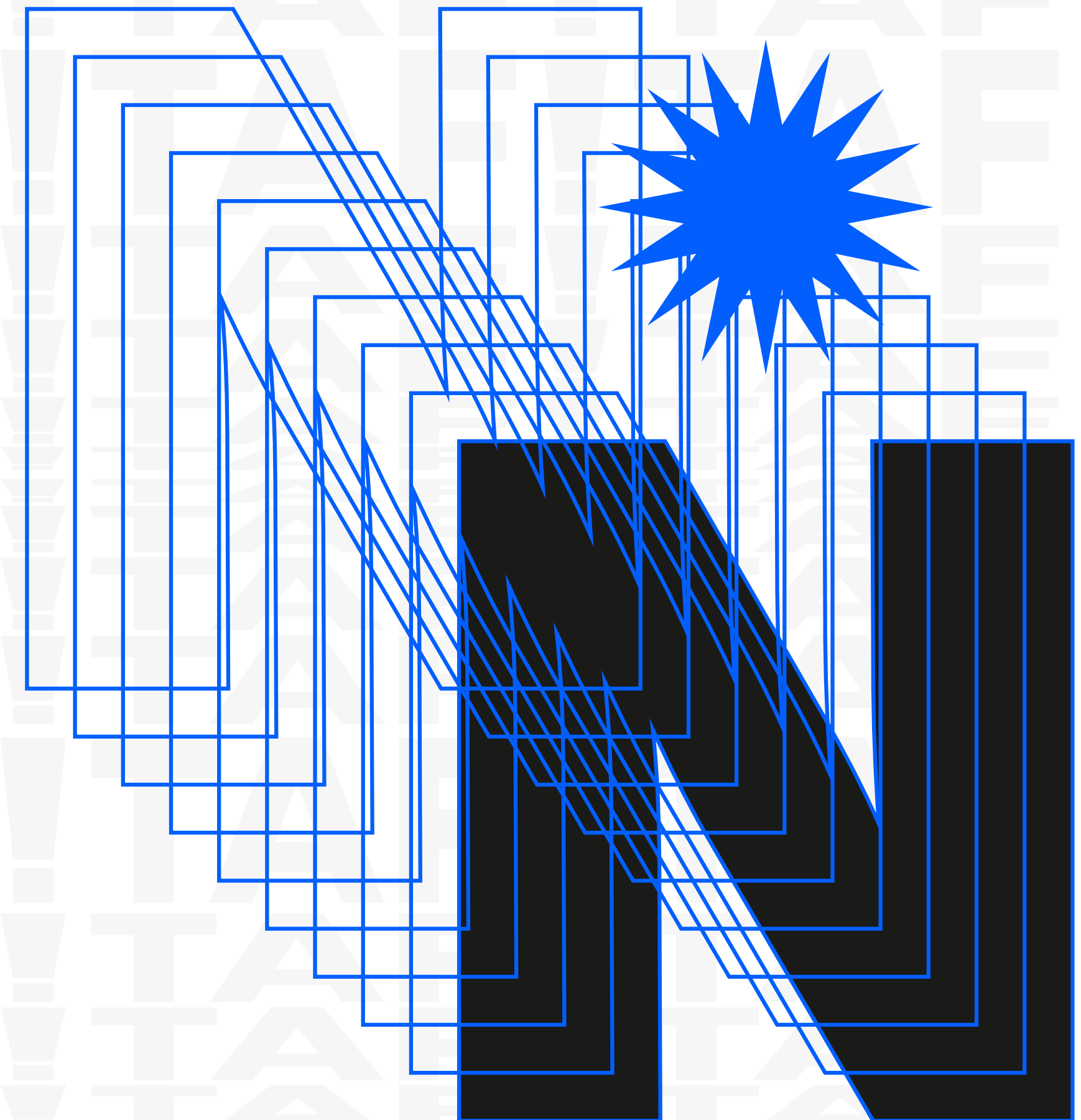
Nominatsiyalar

Milliy qadriyatlardan foydalanilgan kampaniya

O‘z marketing maqsadlariga erishish uchun milliy qadriyatlarni, insaytlar va an‘analarni samarali va ta‘sirchan qo‘llay olgan kampaniyalar.

Ijtimoiy ahamiyatga ega vazifalarni hal qilish

Biznes-maqsadlarni va ijtimoiy ahamiyatga ega vazifalar (salomatlik, ekologiya, ta‘lim, jamiyat, oila va sh.k.)ni hal qilishni samarali birlashtirgan, bu maqsadlarni brendning umumiy strategiyasi bilan muvaffaqiyatli bog‘lagan kampaniyalar.



Ovoz berish jarayoni

Arizalarni qabul qilish muddati yakunlangach, ovoz berish jarayoni boshlanadi:

- ✦ O'zbekiston marketing uyushmasi ekspertlari va a'zolarining De Facto agentligi so'rovi bo'yicha ovoz berishi (25-30 nafar ekspert);
- ✦ Tanlov ishtirokchilar bo'lgan brendlar va loyihalar nomlari ko'rsatiladigan Uzbrand telegram-botida iste'molchilarning ochiq ovoz berishi.

G'oliblar ekspertlar va iste'molchilar ovoz berish natijalari bo'yicha alohida-alohida tanlanadi.

Ekspertlarning har bir nominatsiyasida oltin, kumush va bronza medal beriladi, iste'molchilar tanlovida – nominatsiya g'olibi e'lon qilinadi. Uyushma ekspertlari va a'zolari uch balli tizimda ovoz beradilar. Tanlovda, shuningdek, uchta maxsus nominatsiya ko'zda tutilgan, ularning g'oliblari Uyushma ekspertlari tomonidan aniqlanadi.

Arizada nima yoritilishi kerak?

1

Loyihaning qisqacha nomi (brend nomi, loyiha haqida 1-2 ta soʻz).

2

Reklama loyihasi hal etilishi lozim boʻlgan muammo yoki vaziyatni tasvirlang

3

Natijalarni oʻlchash uchun vositalarni koʻrsating (sotuvlardan %, qamrov, konversiya, jalb qilinganlik va sh.k.)

4

Natijaga olib kelgan loyiha asosiy gʻoyasi, u qanday paydo boʻlganligini soʻzlab bering

5

Foydalanilgan reklama kommunikatsiyalari turlari (video, poster, ambient, qadoq, audio, maqolalar, poligrafik mahsulot, promoaksiya, ivalentlar va sh.k.)ni taqdim qiling

6

Olingan natijalar haqida tanlangan oʻlchov vositalaridan kelib chiqib soʻzlab bering.

Ekspertlar ovoz berishi mezonlari



G'oyaning o'ziga
xosligi



Uni amalga oshirishdagi
professionalizm



Loyihaning oldinga qo'yilgan
maqsadni hal qilish nuqtai
nazaridan natijaviyligi

Iste'molchilar ovozi berishi mezonlari



G'oyaning o'ziga
xosligi



Reklama qilayotgan
mahsulot jozibadorligi

Agentliklar ishtiroki

Ariza taqdim etilganda brend loyihada qatnashgan barcha agentliklarni ko'rsatish huquqiga ega. Loyiha g'olib bo'lganda, ishtirok etgan agentliklar ham mukofotlanadi va ariza bergan kompaniya bilan birga qayd etiladi.

Ovoz berish monitoringi

Barcha istovchilar tanlov videoroliklari yoki taqdimotlari bilan tanishish uchun marketing.uz saytiga o'tishlari mumkin. Iste'molchilar ovoz berishi statistikasi marketing.uz saytida real vaqt rejimida aks etadi.



Tanlov taqvimi

Arizalar
topshirishning
boshlanishi

2021-yil
1-iyul

Arizalar
topshirishning
yakunlanishi

2021-yil
31-avgust

Ovoz berish

2021-yil
1–25-sentyabr

Taqdirlash
marosimi

2021-yil
9-oktyabr



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
MONOPOLIYAGA QARSHI
KURASHISH QO'MITASI

marketing.uz

TAF! Tashkent
Advertising
Festival



marketing.uz



+99897 402 28 20



@Uzbrand



MAKON MARKETING

