

**feed up**

**ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИЦ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ**

НОМИНАЦИЯ

Рекламная кампания с известными личностями

БРЕНД

FeedUp

## ПРОБЛЕМА

О существовавшем с 2010 года бренде «FeedUp» мало кто знал, либо не доверяли. В то время, как в регионах о Feed Up даже и не слышали



# ИДЕЯ

Дабы повысить узнаваемость, вызвать интерес, доверие и лояльность гостей столицы, которые приезжают из других регионов и областей, а также для разогрева аудитории перед открытием филиала в регионах Республики Узбекистан, агентством **«8 BIT MEDIA»** была разработана рекламная кампания с привлечением лиц известных артистов комедии:

**МИРЗАМУРАТОВА ДИЛЬШОДА И МИРЗАХОЛОВА ОТАБЕКА,**

отснять ряд юмористических роликов для узбекоговорящей аудитории из регионов.

Было принято решение отснять ролики понятные на каждом региональном диалекте с участием актеров. Таким образом донося основной посыл до потребителей.

После чего распространить ролики на Owned Media, Paid Media и в итоге косвенно Earned Media, а также посредством таргета

В итоге распространения роликов на **OWNED MEDIA И PAID MEDIA,** косвенно был задействован и **EARNED MEDIA.**

# РЕКЛАМА



**ОХВАТ:**

**790 979**

## **РЕЗУЛЬТАТЫ**

**ПОДЕЛИЛИСЬ:**

**1 799**

**ДИНАМИКА ПРОДАЖ:** на доставке выросла на **42%**

**КОНВЕРСИЯ:** число новых лиц в филиалах Lokomotiv Anhor, Samarqand Darvoza, Kompas, рынок Иподром в совокупности увеличилась на

**82%**



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**

by 8Bit