

## Тестовое задание

### **Задача:**

Необходимо разработать рекламную кампанию (лонч) по выводу в продажу новой очереди жилого комплекса класса комфорт+: O`Z MAKON

### **Целевая аудитория:**

- Мужчины/женщины 25-50 лет
- Доход выше среднего
- Интерес: покупка квартиры в диапазоне 1000-1200 \$ за 1 кв.м или со средним чеком 50-55 тыс \$
- Гео - Ташкент

### **Период проведения рекламной кампании:**

- 3 месяца.

### **Бизнес цель:**

- продажа 150 квартир

### **Коммуникационные задачи, презентация ключевых продуктовых преимуществ ЖК (подробная информация в презентации):**

- Новый формат продукта – mixed use – все необходимое в шаговой доступности
  - ✓ 3 жилых квартала с закрытыми дворами без машин
  - ✓ Ландшафтные дворы с зонами для встречи с друзьями и родственниками (гяп, свадьбы, семейные торжества)
  - ✓ Игровые и спортивные площадки во дворах
  - ✓ Собственные палисадники и «мини-сады» для возможности сжать и выращивать цветы, кустарники и фруктовые деревья
  - ✓ Свой детский сад
  - ✓ Бизнес-центр в составе комплекса
  - ✓ Современный торговый квартал на 2ой линии
  - ✓ Отдельностоящий многоуровневый паркинг

- **Безопасность**
  - ✓ Системы видео-наблюдения
  - ✓ Системы контроля доступа FACE-ID во двор и подъезды
  - ✓ Круглосуточная охрана
- **Энергоэффективность**
  - ✓ Солнечные батареи для освещения входных групп, паркинга, мест общего пользования
  - ✓ Солнечные батареи для подогрева воды и зарядки электромобилей
- **Квартиры с глубокими лоджиями и балконами, с возможностью организовать зону отдыха (топчан, кабинет, комната отдыха) в летний период времени**

#### **Цели Branding:**

- Охват: 966 795 чел.
- Рост знания: +35%
- Рост намерения покупки: +35%

#### **Цели Performance:**

- Стоимость целевого лида: 9\$ (99000 сум)
- Стоимость договора: 298\$ (3 278 000 сум)

#### **В рамках задания необходимо подготовить презентацию:**

1. Медийная рекламная кампания:
  - Тактика
  - Инструменты
  - Способы отслеживания KPI
  - Каналы коммуникации и условия показа
  - Серия креативов
  - Медиаплан
  - Обоснование
2. Performance кампания:
  - Тактика
  - Инструменты
  - Способы отслеживания KPI
  - Каналы коммуникации и условия показа
  - Серия креативов

- Медиаплан
- Обоснование

3. Сводный медиа-план

Начальник управления по маркетингу и рекламе  
ООО «GOLDEN HOUSE PROPERTY GROUP»



Сваяволя Я.В.