

TAF!26 KEYS TAQDIMOTI

Eskhata Junior

Ular yurak bilan o'rganishadi

Keys taqdimoti — «Eskhata» banki, Tojikiston

Best Film Idea & Script

Brand Launch /
Relaunch

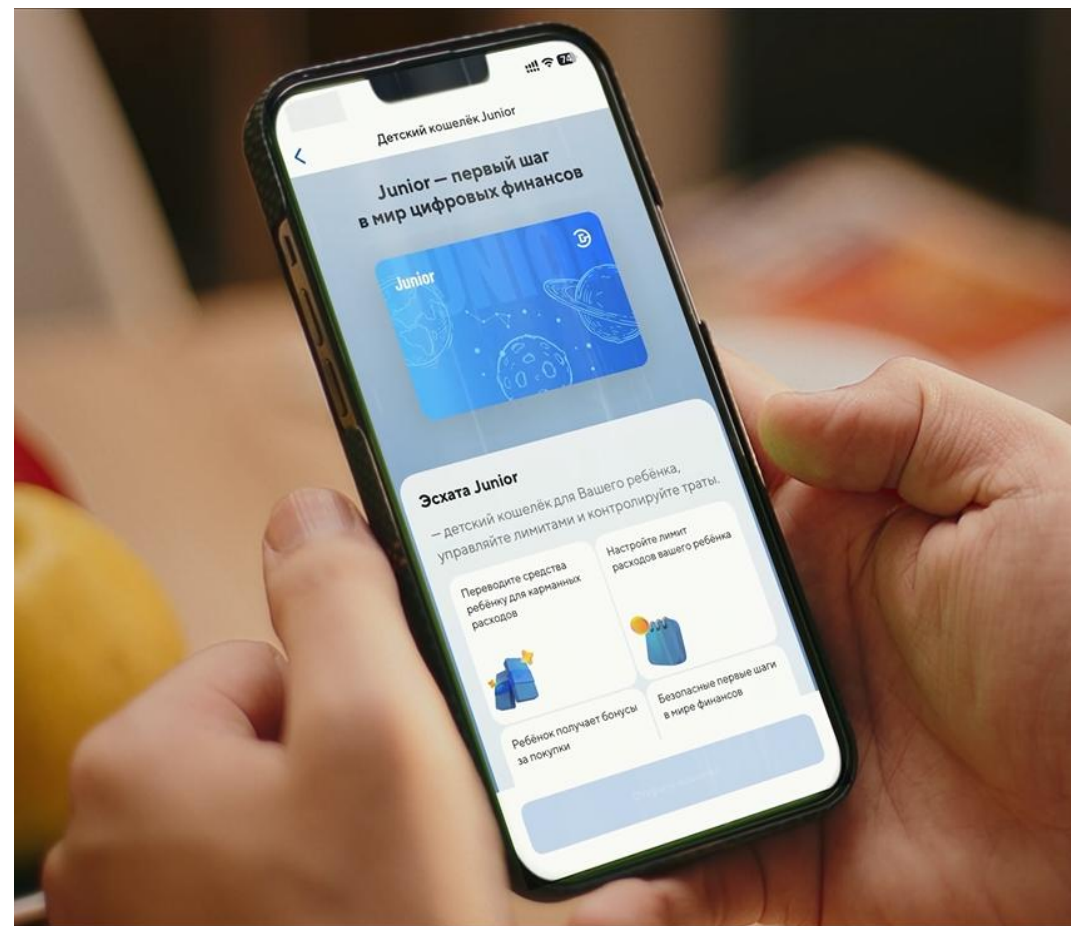
Budget Breakthrough
Effectiveness

Low Budget Creative
Campaign

Eskhata Junior — bolalar uchun ota-ona nazoratidagi raqamli hamyon

Ota-onaning hisobiga bog'langan, 7–16 yoshli bolalar uchun mobil bank ilovasi. Bolalarga to'liq ota-ona nazorati va ko'rinishi bilan mustaqil to'lov qilish imkonini beradi.

- Bir necha daqiqada farzand profilini qo'shing; bitta ota-ona hisobiga 10 tagacha farzandni ulang
- Maktabda, do'konlarda va raqamli xizmatlar uchun to'lovlarga ruxsat bering
- Har bir farzand uchun kunlik xarajat limitini belgilang
- Har bir xarid uchun ota-onalarga real vaqtda push-bildirishnoma
- Shaxsiy maqsadlar uchun jamg'aring; telefon yo'qolganda hamyonni darhol bloklang



Tojikiston bozoridagi shu turdagi birinchi mahsulot

Ishga tushirilgan paytda Tojikistonda shunga o'xshash bolalar raqamli hamyoni mavjud emas edi — Eskhata Junior raqobatchilarga ergashish o'rniga yangi mahsulot toifasini yaratdi. Ishga tushirilgan paytda mahalliy OAV tomonidan hujjatlashtirilgan.

«Eskhata» banki o'zining raqamli ekotizimini rivojlantirishda davom etmoqda va birinchi marta yangi mahsulot — Eskhata bolalar hamyonini ishga tushirmoqda».

— Asia-Plus, Tojikistonning yetakchi yangiliklar nashri, Eskhata Junior ishga tushirilishi haqida

«Biz texnologiya oila manfaati uchun ishlaydigan, moliyani boshqarishni sodda, xavfsiz va shaffof qiladigan ekotizim yaratmoqdamiz».

— Akmaljon Saifiddinov, «Eskhata» banki boshqaruv raisi

«Eskhata — yaqin insonlar banki»

«Eskhata»ning har bir kommunikatsiyasi reklama uchun reklama sifatida emas, balki g'amxo'rlik va ishonch sifatida quriladi — bank odamlar bilan xuddi oila bilan gaplashgandek gaplashadi. Ushbu videolavha bu pozitsiyani yangi auditoriyaga — nafaqat bankning kattalar mijozlariga, balki ularning farzandlariga ham — kengaytiradi.

- Biz sotmaymiz va bosim o'tkazmaymiz — biz yo'naltiramiz
- Biz ovozimizni ko'tarmaymiz va dramatizatsiya qilmaymiz — biz qo'llab-quvvatlaymiz
- Markazda — odamlar va oila, bank yoki uning funksiyalari emas
- Videolavhada bironta ham sotuv jumlası yo'q

Bozorda tengi yo'q mahsulotni — kamtarona, bitta kanal byudjeti bilan ishga tushirish

Asosiy biznes vazifasi — Tojikistonda hech qanday analogi bo'lmagan butunlay yangi mahsulot toifasini, ya'ni bolalar uchun elektron hamyonni bozorga olib chiqish edi, buni esa cheklangan kuchlar bilan, TV va tashqi reklamasiz, faqat ijtimoiy tarmoqlar orqali va kamtarona byudjet bilan amalga oshirish kerak edi. Ijodiy vazifa esa ilova funksiyalarini (limitlar, bildirishnomalar, ota-ona nazorati) shunchaki sanab o'tishdan iborat emas edi — mahsulot formatining o'zi bilan hali tanish bo'lmagan auditoriyaga bunday mustaqillik nima uchun kerakligini tushuntirish kerak edi: gap bola va pul haqida ketganda «erkinlik» va «mas'uliyat» so'zlari ortida nima turganini — va buni mahalliy auditoriyaga yaqin til bilan, ya'ni kattalarga hurmat va oilaviy ilqlik xizmat qulayligidan kam ahamiyatga ega bo'lmagan tilda ifodalash kerak edi.

Oilaning oddiy bir kuni — va kattalashib ketadigan kichik xarid

Ota ertalab bolalar uchun naqd pul topa olmay, ularga birinchi marta Eskhata Junior'ni tanishtiradi. Bolalar do'konda o'zlarining birinchi kichik, ammo haqiqiy mustaqil xaridini amalga oshirishadi.

Hikoyaning burilish nuqtasi mahsulot namoyishidan hissiy yechimga o'tadi: ilovadagi o'z mablag'lari bilan bolalar buvalariga sovg'a — yoshligida yo'qotgan taroqqa o'xshash qo'lda yasalgan yog'och taroq sotib olishadi.



Boshlanish → Rivojlanish → Burilish → Kulminatsiya

01 — BOSHLANISH



Oddiy tong — dada maktabga bolalar uchun naqd pul topa olmayapti.

02 — RIVOJLANISH



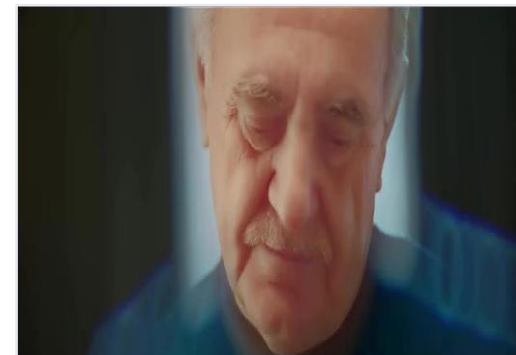
Birinchi mustaqil xarid — kichik, haqiqiy, push-bildirishnoma orqali ko'rinadigan ota-ona nazorati bilan.

03 — BURILISH



Kattalarning maslahatisiz, bolalar buvasiga sovg'a sotib olishga qaror qilishadi.

04 — KULMINATSIYA



U yoshligida yo'qotgan narsaning aksini taniydi. «Bu eng qimmatli sovg'a».

YAKUNIY JUMLA

**«Biz ularga pulni o'rgatamiz —
ular esa sevishni o'rganishadi».**

Videolavha off-kadr diktor ovoqidagi bitta jumla bilan yakunlanadi — bu jumla videolavhadan mustaqil ravishda ijtimoiy tarmoqlarda «yashash» salohiyatiga ega iqtibos qilinadigan replika.

Kamtarona byudjet va bitta kanal orqali erishilgan katta natija

2,5 mln

aholisi taxminan 10 million kishi bo'lgan mamlakatda,
TV va tashqi reklamasiz, Instagramdagi bitta post
ko'rishlari

3 511

Eskhata Junior hamyonining bugungi kundagi faol
foydalanuvchilari — butunlay yangi mahsulot toifasi
uchun ilk foydalanuvchilar bazasi

1-chi

Tojikiston bozoridagi birinchi bolalar raqamli
hamyoni, Asia-Plus tomonidan ishga tushirilgan
paytda hujjatlashtirilgan

2 677

layk

91

izoh

178

saqlash

2 705

yangi Instagram obunachisi

Kampaniya faqat ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazildi va may oyi oxirida — bolalarning yozgi ta'tili boshlangan paytda ishga tushirildi. Umumiy byudjet — ishlab chiqarish va targ'ibot birgalikda — taxminan 5 591 dollarni tashkil etdi.

Keys ortidagi jamoa

Shahnoza Atadjanova — Mahsulot marketingi markazi rahbari

Furkatullo Ismatulloev — Brend va PR yo'nalishi rahbari

Abdurahmon Shakirov — Product Owner

Maksim Paraska — Marketing bloki rahbari

Eskhata — yaqin insonlar banki.

Eskhata Junior: ular yurak bilan o'rganishadi

TAF!26 — Best Film Idea & Script · Brand Launch / Relaunch Campaign

Budget Breakthrough Campaign Effectiveness · Low Budget Creative Campaign