

**АНКЕТА НОМИНАНТА  
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА  
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»**

Дата проведения: 06 июля 2023 года, город Москва

ФИО:	Плиска Анна Олеговна
Должность:	Независимый эксперт по маркетингу

**НОМИНАЦИИ ДЛЯ ВЫДВИЖЕНИЯ  
ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ/ Рекламодатели**

**ДОСТИЖЕНИЕ НОМИНАНТА  
за которое он выдвигается на Премию**

**К какой области относится достижение, идея, способствовавшая развитию бизнеса**

маркетинг

**ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ:**

**За маркетинговую стратегию и реализацию продвижения продукции Мясного Дома Бородина.**

**РЕЗУЛЬТАТ:**

Мясной Дом Бородина преследовал цель сделать креативную маркетинговую интеграцию, которая могла бы привлечь внимание как конечного потребителя, так и партнеров для сотрудничества (интеграция продукции в рестораны, пиццерии, рестораны быстрого питания). Были размещены посты в социальных сетях в коллаборации со Slovo Dna, придуманы ироничные надписи, например «Защитить докторскую – заступиться за колбасу» или «Сосиска в тесте – тесть съел сосиску», «нахлебник – колбаса». Данная креативная кампания была проведена не только в социальных сетях, но и была транслирована на наружной рекламе (Новый Арбат, Москва-Сити, Аэропорт Шереметьево в новогодний период, Рублево-Успенское шоссе), а также были наклеены стикеры с ироничными слоганами на продукцию Мясного Дома Бородина. Для продолжения коллаборации было принято решение сделать мерч совместно со Slovo Dna для продажи.

Как следствие данной кампании – узнаваемость бренда выросла на 10%, создание UGC контента (потребители выкладывали фото в социальные сети и отмечали Мясной Дом Бородина и Slovo dna).