



**13 апреля в Ташкенте завершилась Неделя самых масштабных мероприятий в сфере маркетинга и рекламы. Самое время подвести некоторые итоги и поговорить о перспективах.**

Ассоциация предприятий «Национальный маркетинговый центр» в третий раз провела мероприятие, привлекающее внимание всех игроков отечественного рынка к вопросам маркетинга и рекламы. По сравнению с прошлым годом масштаб Недели вырос вдвое. Конференционный контент состоящий практически только из зарубежных спикеров был разделен на две отдельные двухдневные площадки. Такой формат оправдал ожидания организаторов и участников. У каждой аудитории была возможность познакомиться с самыми известными экспертами из России, Украины, Беларуси, Казахстана и Кыргызстана.

На международной маркетинговой конференции выступили:

**Андрей Себрант** (Россия)

Директор по стратегическому маркетингу Яндекса;

**Андрей Федорив** (Украина)

Маркетолог № 1 в Украине, основатель брендингового агентства Fedoriv;

**Илья Балахнин** (Россия)

Российский маркетолог-практик № 1. Генеральный директор и управляющий партнер Paper Planes Consulting Agency;

**Владислав Бермуда** (Россия)

Эксперт по кросс маркетингу № 1 в России;

**Дмитрий Сидорин** (Россия)

Основатель и руководитель Sidorin Lab, агентства № 1 по управлению репутацией;

**Ольга Кузнецова** (Россия)

Менеджер проектов развития продаж в странах СНГ Яндекса;

**Илона Лепп** (Казахстан)

Генеральный директор Нильсен Прибалтика и Центральная Азия;

**Мадина Сенсейгалиева** (Казахстан)

Коммерческий директор Нильсен Казахстан и Центральная Азия;

**Олег Бесараб** (Беларусь)

Trading Director компании MEDIA INSTINCT GROUP;

**Азизбек Юсуфов** (Узбекистан)

Директор по маркетингу интернет-магазина LeBazar;

**Алексей Шпико** (Россия)

Заместитель генерального директора по развитию компании IMZO;

**Асхат Ускембаев** (Казахстан)

Основатель казахстанской школы практической рекламы АЗ.

Всего на две конференции Недели приглашены 19 известных экспертов из России, Украины, Казахстана, Белоруссии и Кыргызстана.



«В этом году мы поставили перед собой цель — провести конференции на таком уровне, чтобы все, кто придет послушать выступления настоящих практиков, добившихся успеха в своей стране, получили максимальный практический результат и вдохновение, которые скажутся как на развитии каждого конкретного бизнеса, так и на маркетинговой отрасли в целом, — говорит организатор Недели, Диёр Мирзахмедов, председатель правления Ассоциации предприятий «Национальный маркетинговый центр». — И у нас это получилось. Все выступления оказались по-своему уникальными, основная часть спикеров привезла очень интересные презентации по самым актуальным вопросам. Думаю, что каждый, кто пришел на конференции, смог за два дня не только получить ценный багаж конкретных знаний по различным направлениям маркетинга, но и сразу же «примерить его на себя». Мы уже получили большое число положительных отзывов от тех, кто стремится прокачать себя, свой бизнес и найти новые идеи для развития, но не собираемся останавливаться на достигнутом. Мы будем стараться сделать следующий ADWEEK еще ярче, содержательнее и полезнее.»

По традиции, украшением Недели стала выставка ведущих и самых активных компаний в сфере маркетинга и рекламы. Более 30 компаний-участников продемонстрировали свои новинки и достижения. По результатам выставки были особо отмечены: инновационный стенд компании USSO, креативное оформление компании Ziyat Design, динамическая подача экспозиции компании UzLED, интерактивная программа компании Nice Day Event Group. А больше всех фотографий посетители сделали около экспозиции компании «Деловой город».

Торжественным завершением маркетинговой конференции послужила Церемония награждения Премии «Бренд года», на которой были объявлены самые успешные бренды 2018 года по версии членов, партнеров и экспертов Ассоциации.

Премией «Бренд года» награждаются самые активные компании, успешно осуществляющих свое маркетинговое продвижение на рынке Узбекистана. Цель проекта — определение, поддержка и поощрение компаний, успешно работающих на отечественном рынке, развитие сферы предпринимательства, инфраструктуры рынка маркетинговых и рекламных услуг Узбекистана.

Голосование для определения лучшего маркетингового продвижения 2018 года проводилось по 20 категориям сегмента B2C, где присутствует активная конкуренция и, как следствие, интересные маркетинговые решения. По каждой из категорий агентством De Facto, которое проводило опрос, было предложено выбрать одну марку наиболее соответствующей номинации: «лучшее маркетинговое продвижение». В голосовании приняли участие 105 членов, партнеров и экспертов НМЦ.



По результатам голосования был определен 21 победитель по следующим категориям:

«Соки и нектары»: **Сочная долина**

«Сладкие газированные напитки»: **RC Cola**

«Минеральная питьевая вода»: **Montella**

«Колбасные изделия»: **Мастер деликатесов**

В категории «Сервис доставки еды и продуктов питания» оказалось 2 победителя, получивших одинаковое количество голосов: **LeBazar.uz** и **EXPRESS 24**

«Розничные сети»: **Korzinka.uz**

«Торгово-развлекательные центры»: **ТРЦ Compas**

«Бытовая техника»: **Artel**

«Новостные интернет-сайты»: **Gazeta.uz**

«Сервис заказа такси»: **Яндекс Такси**

«Банковские услуги»: **Orient Finans Bank**

«Окна и профили»: **Ekopen**

«Кофейни»: **Black Bear Kofi**

«Кондитерские изделия»: **Crafers**

«Операторы мобильной связи»: **Beeline**

«Фитнес клубы»: **Chekhov sport club**

«Платежные системы»: **Payme**

«Развлекательные парки»: **Central Park**

«Рестораны и кафе быстрого обслуживания»: **KFC**

«Девелоперы»: **Golden House**

Кроме основных категорий были присуждены специальные награды. За вклад в развитии рекламной отрасли был награжден Дильшод Азимов. Награду «Прорыв года» получила компания Техномart, награда «Личность года» присуждена директору по маркетингу интернет-магазина LeBazar Азизбеку Юсуфову.

11 апреля в International Hotel Tashkent состоялся 2-й Центрально-Азиатский Туристический Форум (Central Asian Tourism Workshop) Welcome-форум «Гостеприимство 2.0: вызовы и решения» Ташкент, Узбекистан, приуроченный к проведению Недели ADWEEK. В Форуме, который являлся весенней международной встречей участников стран Центрально-Азиатского региона, приняли участие профессионалы сферы туристического бизнеса, ведущие эксперты, работающие в Узбекистане, а также международные спикеры из Республики Казахстан, Российской Федерации и Республики Турция, уполномоченные заниматься развитием инфраструктуры гостеприимства, гостиничного бизнеса, более эффективного использования маркетинговых инструментов и технологий с целью создания условий, поддерживающих и стимулирующих качество и объем предоставления гостиничных услуг в Республике Узбекистан.



Вечером того же дня, в Доме кино имени Алишера Навои с большим успехом прошло ABC Show— коллекция самых награждаемых видеороликов, победителей 45 ведущих фестивалей мира. Главная цель шоу – помочь всем, кто ищет вдохновение для развития своего бизнеса и увеличения продаж. На самом большом экране столы были показаны потрясающего качества ролики, которые дали возможность не только зарядиться эмоциями, но и узнать секреты рекламной «кухни», посмотреть, как продают самые крупные мировые бренды, получить удовольствие от работ самых маститых профессионалов рекламного кино и вдохновиться лучшими мировыми рекламными решениями.

12-13 апреля прошел Первый Ташкентский фестиваль рекламы TAF! В программе Фестиваля: первая международная рекламная конференция и церемония награждения победителей креативного конкурса TAF! Впервые организаторам удалось пригласить экспертов международного уровня для оценки лучших рекламных проектов.

На рекламной конференции в концертном зале «Зарафшан» выступили приглашенные эксперты из России, Казахстана и Кыргызстана.

**Владислав Деревянных** (Россия)

Бренд-дизайн директор рекламного агентства Восход;

**Ксения Лукичева** (Россия)

Руководитель издания Площадь Свободы svobody.pl;

**Юрий Куров** (Казахстан)

CEO Green Penguin Media;

**Иван Чурилин** (Россия)

Президент ABC SHOW;

**Никита Франковский** (Казахстан)

Associate creative director GForce Grey;

**Асхат Ускенбаев** (Казахстан)

Основатель школы практической рекламы АЗ;

Ведущий мероприятий Недели **Сергей Долженков** (Кыргызстан), сооснователь Sun House Team, покорила всех участников своим мастерством общения с аудиторией.

Главная идея международной рекламной конференции — собрать опыт лучших представителей в сфере рекламы и креатива, который можно применить в своем бизнесе. Фишкой конференции стал своеобразный «разбор кейсов», анализ работ участников креативного конкурса TAF!

Грандиозный финал Недели – торжественная Церемония награждения победителей и лауреатов креативного конкурса прошла в субботу, 13 апреля в концертном зале «Зарафшан». Компетентное жюри, в составе которого 5 зарубежных и 2 отечественных представителя, определили победителей и лауреатов конкурса, который проходил по 3 категориям и 14 номинациям. В этом году на участие в конкурсе от 43 агентств из Узбекистана и Казахстана было подано 168 заявок.



«Зачем агентствам участвовать в креативном конкурсе TAF? Во-первых, это развитие и способ не отставать от рынка. Участие в фестивале позволяет агентству улучшать качество своих услуг, хочется весь год делать проекты, которыми будешь гордиться и подашь на конкурс, чтобы удивить клиентов, потребителей и конкурентов, — говорит Азизбек Юсуфов, директор по маркетингу интернет-магазина LeBazar. — Во-вторых, это бизнес. Многие клиенты учитывают фактор участия в фестивале при выборе партнера. Награды говорят об амбициях агентства, его стремлении мыслить нестандартно.

С другой стороны, фестивальные победы позволяют агентству выбирать наиболее интересных и перспективных клиентов, делать более интересные и качественные проекты, а значит расти, развиваться и больше зарабатывать. В-третьих, это лучшая мотивация для команды. Участие в конференции – это общение, новые знания, новые связи и идеи».

Организаторы Недели подчеркивают, что своими усилиями создают новый профессиональный формат, который сегодня является двигателем индустрии, но его жизнеспособность полностью зависит от активного участия всех, кому не безразлична дальнейшая судьба маркетинга и рекламы

Узбекистана.

В целом, мероприятия Недели получили самый положительный отзыв маркетингового и рекламного сообщества, представителей государственных органов и СМИ. Было высказано пожелание о необходимости сохранения традиции проведения ежегодной международной Недели маркетинга и рекламы ADWEEK в Узбекистане.

Более подробная информация о Неделе маркетинга и рекламы ADWEEK доступна на сайте [www.adweek.uz](http://www.adweek.uz). Вся информация о Первом Ташкентском фестивале рекламы TAF! —на сайте [www.tafest.uz](http://www.tafest.uz)

Об организаторах:

Неделя маркетинга и рекламы ADWEEK проводится Ассоциацией предприятий «Национальный маркетинговый центр», при поддержке Антимонопольного комитета Республики Узбекистан.

