

**ZOTMAN
PIZZA**

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Говердовская Кристина



ZOTMAN PIZZA

Готовим римскую пиццу, наполненную
воздухом, мягкую внутри и хрустящую
по краям

35 пиццерий + доставка + заморозка



BIG IDEA

Меняем представление о пицце, вызывая зависимость от вкуса

**ZOTMAN
PIZZA**

Бриф

Текущее отношение к бренду → современная пиццерия для молодежи.

Желаемое отношение к бренду → крупная сеть пиццерий, завоевывающая рынок, которую предпочитают люди **разных возрастов**

Бриф

Цель:

Привлечение новой аудитории 35+ в пиццерии Zotman

Задачи:

Увеличить знание о бренде Zotman у аудитории 35+

Увеличить посещаемость в сети пиццерий Zotman и частоту заказов доставки среди аудитории 35+

Бриф: KPI

1. Увеличение количества зарегистрированных пользователей в возрасте 35-50 лет на сайте пиццерии на **30%**.
2. Увеличение заказов с сайта пиццерии от пользователей в возрасте 35-50 лет на **20%**.
3. Увеличение количества подписчиков в социальных сетях пиццерии в возрасте от 35-50 лет на **6%**.

**ZOTMAN
PIZZA**

АНАЛИТИКА



Конкурененты



КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ: АНАЛИЗ

1. Офлайн-точки (35 точек)

- **Роль:** Главный инструмент для создания личного опыта потребителя.
- **Преимущества:** Атмосфера, брендинг, возможность прямого контакта с клиентом.
- **Задачи:** Повышение лояльности, привлечение клиентов через качественный сервис и продукт.

2. Сайт

- **Роль:** Информационная платформа и канал продаж.
- **Преимущества:** Удобный доступ к меню, акциями, контактами и заказам.
- **Задачи:** Обеспечение пользовательского опыта и продвижение онлайн-заказов.

3. Приложение

- **Роль:** Удобный инструмент для заказа пиццы и управления лояльностью.
- **Преимущества:** Персонализация, push-уведомления, программы лояльности.
- **Задачи:** Удержание клиентов, повышение повторных покупок.

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ: АНАЛИЗ

4. Доставка через агрегаторы (Яндекс Еда и Деливери)

- **Роль:** Увеличение охвата и доступности.
- **Преимущества:** Привлечение новой аудитории через популярные сервисы.
- **Задачи:** Поддержание качества доставки и оптимизация времени.

5. Заморозка онлайн (Самокат и Лавка)

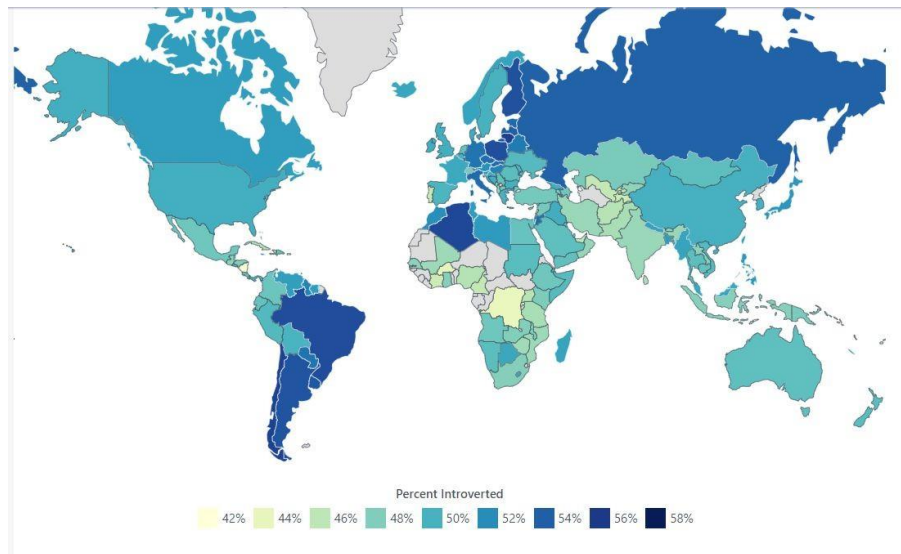
- **Роль:** Канал для реализации замороженной продукции.
- **Преимущества:** Удобство для клиентов, экономия времени.
- **Задачи:** Развитие дополнительного направления продаж, продвижение бренда в новых форматах.

6. Заморозка офлайн

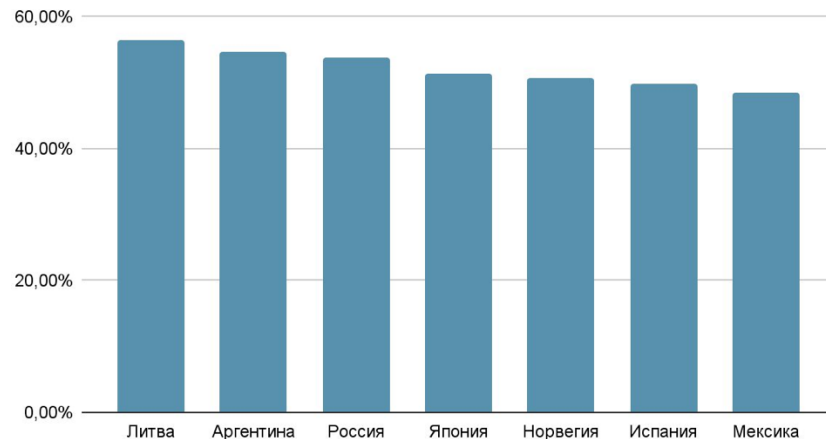
- **Роль:** Традиционный ретейл-канал.
- **Преимущества:** Широкий охват клиентов в магазинах и супермаркетах.
- **Задачи:** Увеличение дистрибуции и узнаваемости бренда.

Дополнительные исследования

поведенческие характеристики



Самые "интровертные страны"



Наблюдается **"тренд на интровертность"**, люди стали больше проводить время дома.

[Источник.](#)

PIZZA TRENDS

1. Собери сам
2. Сложные сочетания и начинки
3. Аутентичность и первоисточники
4. Акцент на ингредиентах

**ZOTMAN
PIZZA**

СТРАТЕГИЯ



Целевая аудитория

ZOTMAN PIZZA

35-50 лет

Города: Москва, Балашиха, Красногорск, Люберцы, Одинцово, Смоленск, Тюмень, Химки и Чебоксары

Достаток: средний и выше среднего
В отношениях/есть семья/дети

- Ценят качество, вкус и удобство
- Предпочитают пиццу с разнообразными начинками, в том числе с нетрадиционными
- Готовы платить немного больше за качественную пиццу.
- Открыты для новых вкусов и необычных начинок
- Следят за трендами

INSIGHTS

Современные потребители всё чаще выбирают **домашний комфорт** вместо походов в рестораны. Они хотят:

- Уютной и непринуждённой атмосферы дома.
- Возможности наслаждаться ресторанным качеством еды без необходимости куда-то идти.
- Гибкости и экономии времени в приготовлении еды.

Это объясняется рядом трендов:

- **Урбанизация:** быстрый темп жизни и высокие нагрузки на работе стимулируют потребителей искать решения, которые позволяют **отдыхать дома**.
- **Здоровье и безопасность:** после пандемии усилилось желание избегать больших скоплений людей.
- **Развитие сервисов доставки:** рост технологий сделал качественную еду доступной дома, что снизило потребность в походах в ресторан.

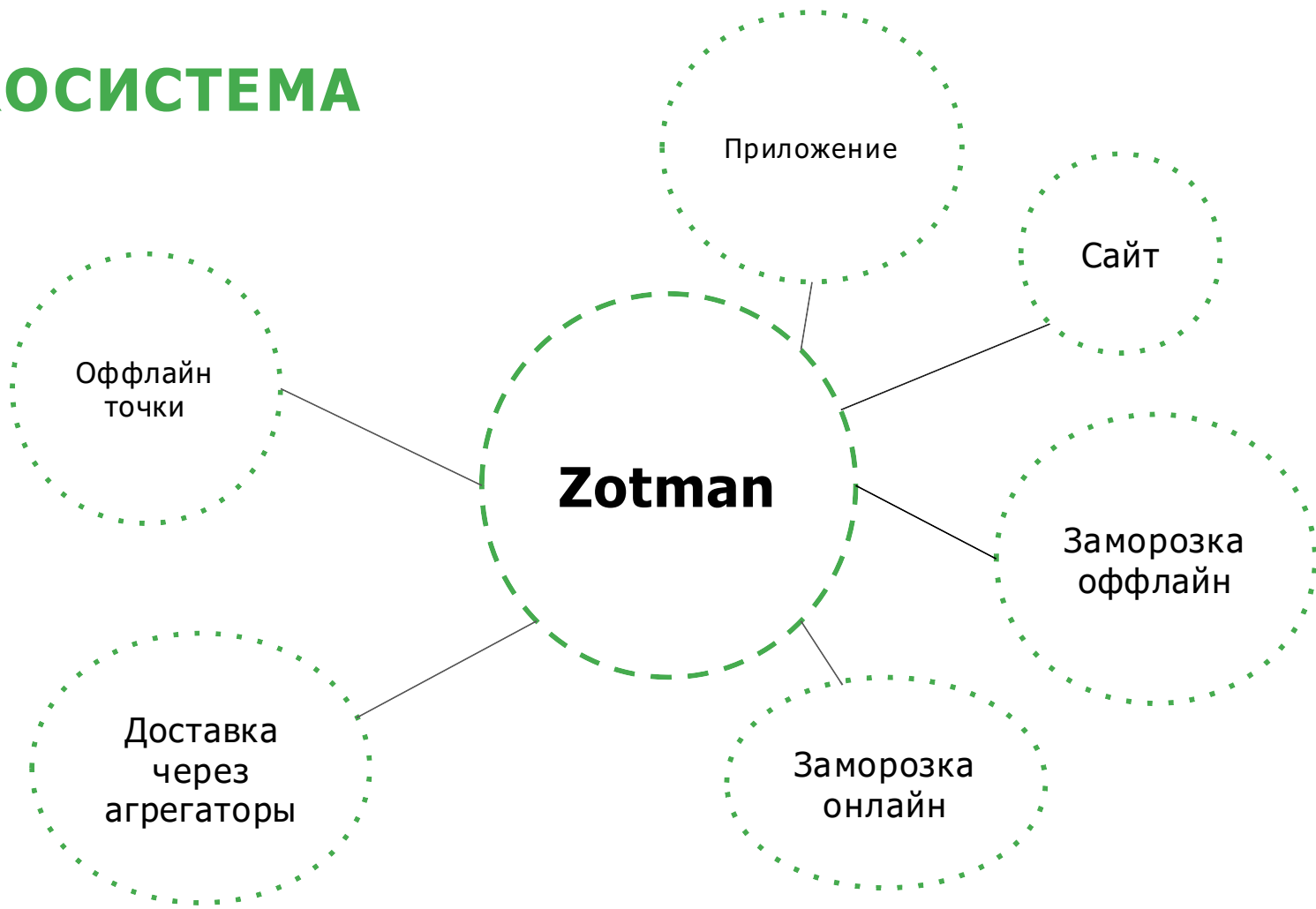
INSIGHTS

Предложение: Фокус на замороженные продукты

Позиционирование заморозки как основного продукта для аудитории, которая ценит:

- **Удобство и простоту:** потребителю достаточно разогреть или приготовить пиццу за несколько минут.
- **Ресторанное качество** дома: сохранение вкуса, текстуры и свежести продуктов через качественную заморозку.
- **Гибкость хранения:** замороженные продукты можно хранить долго, что идеально для современных потребителей с нерегулярным графиком.

ЭКОСИСТЕМА





The image shows the interior of a modern, minimalist restaurant. In the foreground, there's a long wooden table with black metal legs and several black metal stools. To the left, a long wooden counter with stools is positioned near a large window. The background features a mezzanine level with a black metal railing, where more tables and chairs are visible. A service counter on the right side is stocked with various items, including red cans and a menu board. The overall atmosphere is bright and clean, with a mix of wood and metal materials.

Оффлайн-рестораны

Оффлайн-рестораны



Оффлайн-рестораны



слишком большой
выбор/цена/отсутствие фото
в меню

Выбор
блюда

Осмотр
пространства
и подход к
кассе

Озвучивание
заказа и оплата,
номерок

Выбор
стола

Прием пищи

Уточняющие
вопросы

Ожидание
заказа,
уборная

непонятно как
делать заказ

неприветливый
сотрудник

оценка чистоты

A rectangular pepperoni pizza is shown on a wooden cutting board. The pizza is topped with a layer of melted white cheese and several slices of pepperoni. The crust is light-colored and slightly puffed. The background is a solid yellow color. A green rectangular box with rounded corners is centered over the pizza, containing the text "Официальный сайт" in white.

Официальный сайт

Официальный сайт

слишком большой выбор

Клик на сайт
через
SEO

Поиск в
браузере

Выбор
города и
адреса

нет доставки на нужный
адрес, точка
самовывоза неудобна

Скроллинг
сайта, выбор
раздела пиццы

Выбор начинки,
выбор нужных
опции

Отметка
особых
пожеланий

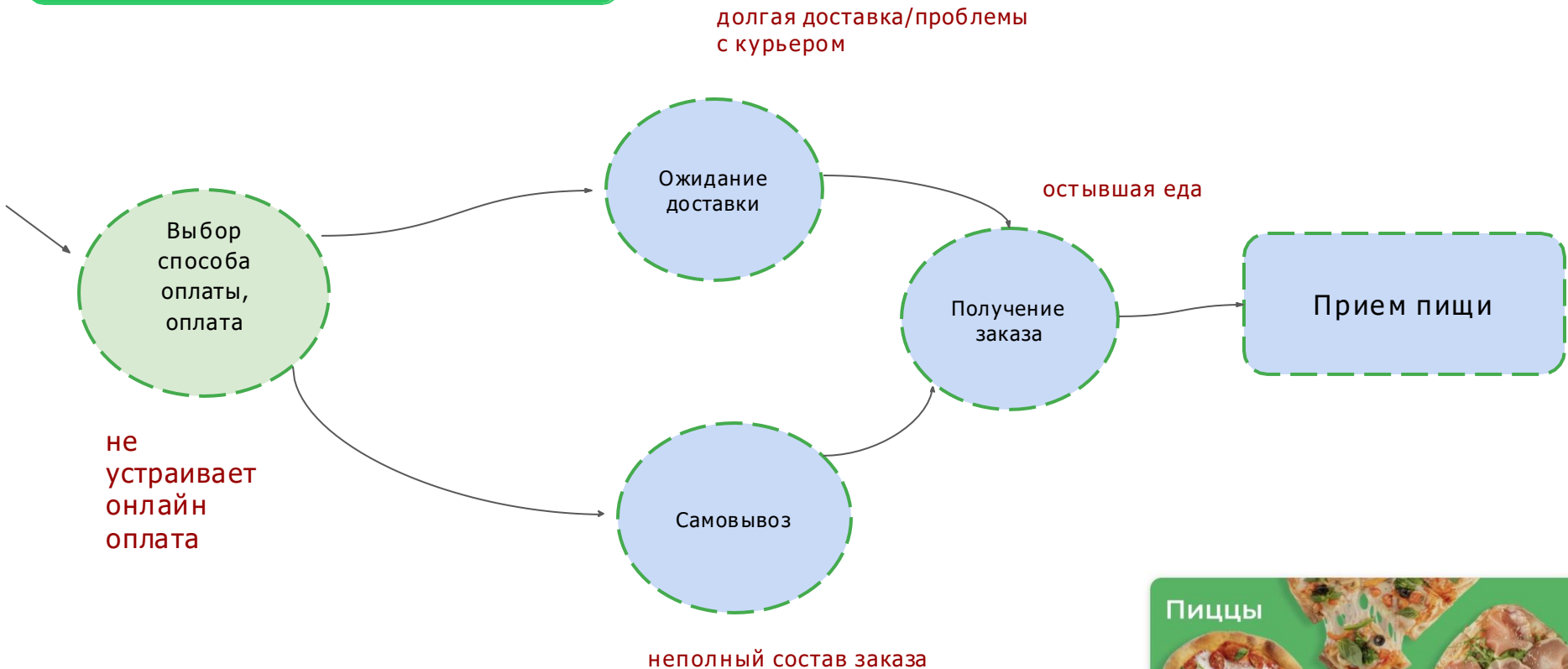
нет доставки на адрес

Переход в
корзину.
Проверка
заказа, внесение
контактов,
подтверждение
номера
телефона

Пиццы



Официальный сайт



ZOTMAN^{ICE} PIZZA

СДЕ

Заморозка: онлайн-магазин

РЕСТОРАН
В ВАШЕЙ ДУХОВКЕ

НЕ ТРЕБУЕТ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ РАЗМОРОЗКИ



РАЗОГРЕЙТЕ
ДУХОВКУ ДО 210° С



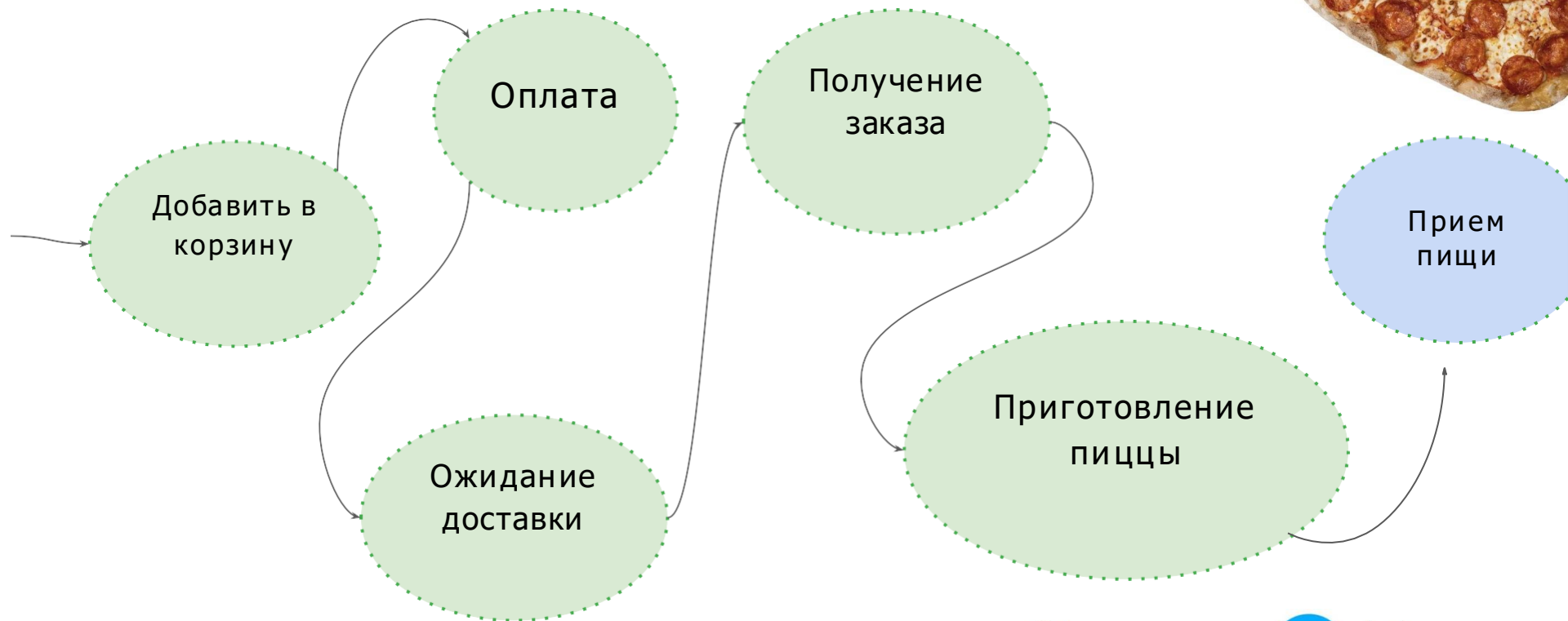
ПОЛОЖИТЕ ПИЦЦУ
НА РЕШЕТКУ



Заморозка: онлайн



Заморозка: онлайн



Заморозка: оффлайн-магазин



Заморозка: офлайн

вход
в
магазин

проходит
сегменты
товаров и
доходит до
заморозки

может не дойти :(

в
морозилке
видит
пиццу

может не увидеть
нашу пиццу :(

выбирает
бренд
и начинку

может не быть
нужной начинки
или не устраивать цена :(

кладёт в
корзину

выбирает
остальные
продукты
(необязательно)

идёт к кассе
и
оплачивает

кладёт
пиццу в
духовку

приём
пищи



**ZOTMAN
PIZZA**

КРЕАТИВ

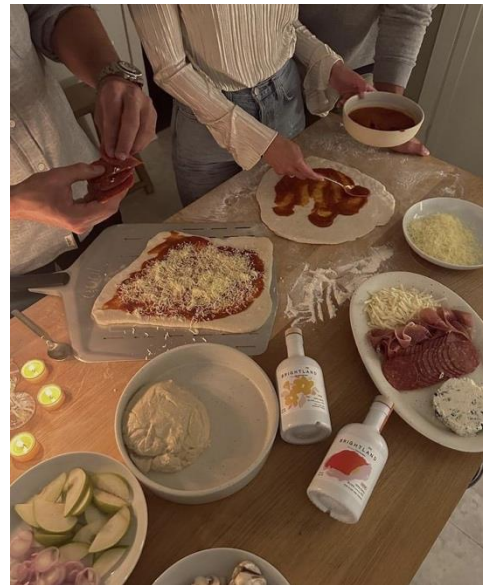


ZOTMUM

**Набор для приготовления
пиццы за 20 минут с
начинками из детства:
лимитированный выпуск**



MOODBOARD



NOSTALGIA



Семья бурмалыча Петра Каленбета в своей квартире.



Предметная съемка



OUTFITS AND SPACE



ИТОГ СЪЕМКИ

- 15 секундный ролик
- 7 статичных макетов
- 7 вертикальных видео

БЮДЖЕТ

4 000 000 р

**ZOTMAN
PIZZA**

ПРОМО



PROMO

Ностальгия с Zotman

Сделайте заказ от 1400 р через приложение и участвуйте в розыгрыше подарка как из детства



PROMO: призовой фонд

Новогодняя пицца в железной коробке, которую можно будет использовать дома + карточная игра с вопросами для вечера с семьей или друзьями
Количество: 100-150 коробок



PROMO: СТРУКТУРА САЙТА

1. Хедер

- Логотип Zotman

2. Главный экран

- Изображение промо с подробностями + кнопка “Заказать сейчас”

3. Блок с описанием приза

- Кнопка со ссылкой на приложение в App Store и Google Play

4. Блок с условиями участия

5. Футер

- Контактная информация: телефон, адрес, соцсети
- Политика конфиденциальности и пользовательское соглашение



PROMO: CJM и KPI

1. Скачивание приложение (+4000 пользователей)
2. Заказ на сумму 1400 руб (> 2000 заказов, повышение ср. чека)
3. Автоматическое участие в розыгрыше (17 дек. по 25 января)
4. Подведение итогов спустя 3 дня после окончания розыгрыша
5. Каждому пользователю присваивается свой номер, который загружается в рандомайзер
6. 100-150 победителей

PROMO: инструменты продвижения и бюджет

*Сайт + соц. сети бренда + приложение +
контекстная реклама + карты + инфлюенсеры*

2 500 000 р

**ZOTMAN
PIZZA**

EVENT



Мероприятие для Zotman: тематический ужин с вином

Тематический вечер, где участники могут собрать свою пиццу и насладиться её сочетанием с различными винами.

ЦА: мужчины и женщины 30-45 лет, ценители вина

Место проведения: оффлайн-точки пиццерии Zotman

Решаемые задачи:

- повышение продаж замороженной пиццы "собери сам"
- привлечение более взрослой, состоятельной аудитории, которая ценит эстетику и совместное времяпрепровождение.



Мероприятие для Zotman: тематический ужин с вином

Каналы продвижения:

- социальные сети Zotman
- публикация в подборках аккаунтов "MoscowPike" или "Tvoja Moscow" в Instagram* и Telegram
- официальный сайт (при входе на сайт)
- приложение (всплывающее окно при входе)



EVENT: БЮДЖЕТ И КРІ

500 000 р x 7 ресторанов = 3 500 000 р

Показатели мероприятия:

- Количество участников: **500 человек (на 7 мероприятий)**
- **+ 2 500** человек 35+ в базе приложения

WOW-PIZZA

гостя из будущего



Голограмма с шеф-поваром/гостьей из будущего/героями из фильмов/мультфильмов из 70-90-ых, интегрированная в коробку для пиццы



WOW-PIZZA

гостя из будущего

*UGC: 2000 отметок в
социальных сетях*

бюджет: 3 млн



**ZOTMAN
PIZZA**

ОПЦИОНАЛЬНАЯ

ИДЕЯ



ZOTMAN ИГРОМАН | Интеграция в ROBLOX

Выигрывайте призы и зовите родителей в ZOTMAN !

Разработка игры от ZOTMAN на игровой площадке
ROBLOX

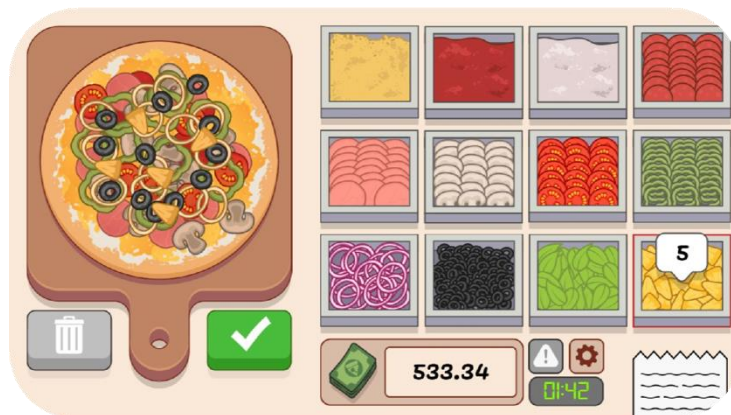
7 млн активных пользователей в России

Конкурс с ценными призами (акции и тд)

Привлечение блогеров и стримеров с учётом ЦА

Победители – набравшие наибольшее кол-во очков
в игре

ROBLOX



ZOTMAN ИГРОМАН | Интеграция в ROBLOX

Выигрывайте призы и зовите родителей в ZOTMAN !

Дети сыграют в игру от ZOTMAN на площадке ROBLOX, выиграют призы и попросят родителей сводить их в пиццерию



Концепция: приготовление и доставка пиццы
Интеграция идеи "Собери сам"

ZOTMAN ИГРОМАН | Интеграция в ROBLOX

Распределение бюджета

500 тыс.руб - 5 млн.руб

более простой / более сложный проект

1млн.

продвижение

- промо материалы
- социальные сети
- пресс-релизы

Распределение бюджета

2,5 млн.

промо "Ностальгия с Zotman"

- разработка коробки (300 тыс.руб)
- продвижение (1,5 млн.руб)
- промосайт (200 тыс.руб)
- съемка (500 тыс.руб)

3,5 млн.

ивент "Тематический вечер"

- 500 тыс. x 7 мероприятий

4 млн.

съемка креатива

- организация съемки (2 млн.руб)
- контекстная реклама (1 млн.руб)
- инфлюэнсеры (1 млн.руб)

3 млн.

Wow-pizza "Гостя из будущего"

- разработка и производство (1,5 млн.руб)
- продвижение (1,5 млн.руб)

Итоговый бюджет: 13 млн.

АК: 2 млн.

КРІ

1. Увеличение количества зарегистрированных пользователей в возрасте 35-50 лет на сайте пиццерии на **30%**.
2. Увеличение заказов с сайта пиццерии от пользователей в возрасте 35-50 лет на **20%**.
3. Увеличение количества подписчиков в социальных сетях пиццерии в возрасте от 35-50 лет на **6%**.
4. Охват ZOTMUM **6 000 000**
5. EVENT 3 500 участников **+2 500** человек 35+ в базе приложения
6. UGC **2 000**