

Salom, Minsk!

ma'no

Мы Ма'но

Мы создаём бренды, которые выделяются, вдохновляют и двигают бизнес вперёд. Ма'но переводится с узбекского как «суть», «смысл» и это отражает наш подход: мы находим суть бизнеса и делаем ее значимой для людей.

 **click**

 **TBC**

 **payme**

 **uzum**

 **SQB**


UZPOST

 **silkavia**

EVOS[®]

NRG

 **NAMUNA**
Development

 **GOLDEN**
HOUSE


MURAD BUILDINGS

 **MAKIZ**

 **NATURAL**
JUICE

AGRO
BRAVO

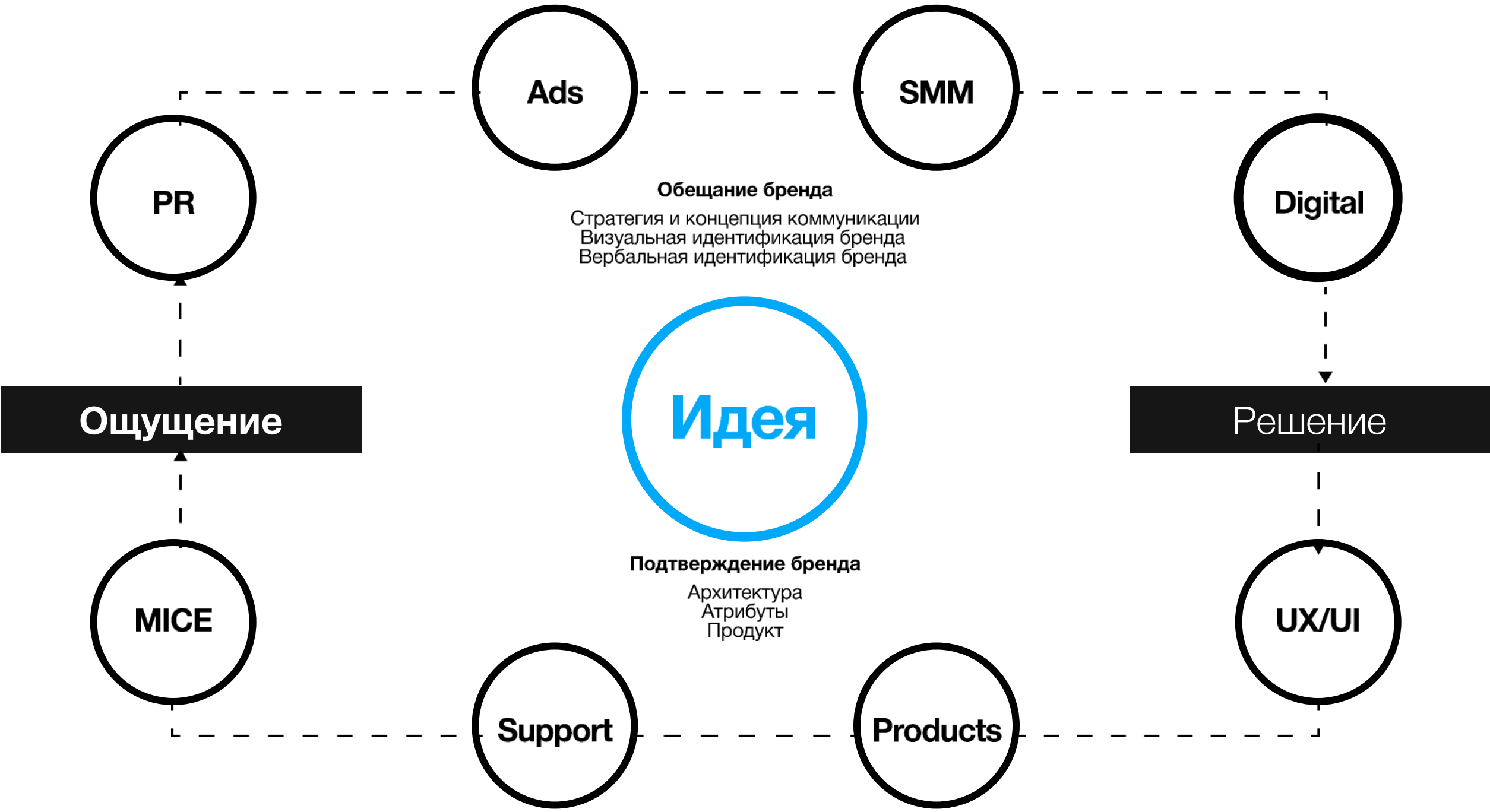

MILK
EURO
FOOD

 **BAT**

 **ASKLEPIY**
Group



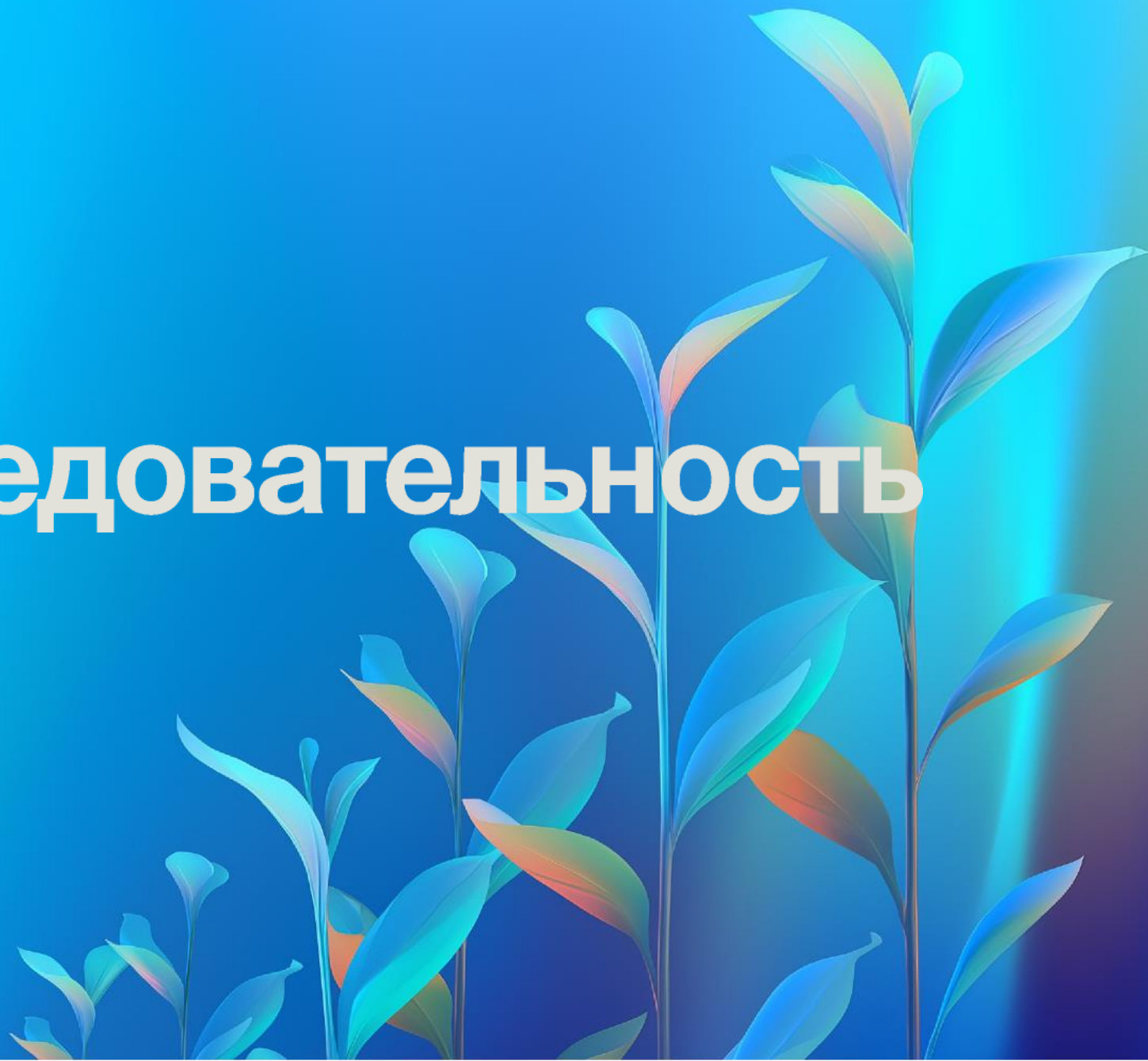
**Бренд — уникальное
ощущение**





Фокус

Последовательность



A woman in profile, wearing a white shirt, is shown smelling a white flower that is placed inside a clear glass. The scene is set against a background of soft, warm light, with a bright sun flare at the top center. The overall mood is serene and pleasant.

Подтверждение

ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ

1

Растить бренды тяжело в периоды низкого экономического роста и сильной конкуренции

2

Молодые и неопытные маркетологи часто гонятся за краткосрочными показателями (клики, охват, конверсия), совершенно забывая о бизнес результатах

3

Приходится принимать трудные решения для того, чтобы растить ценность и добиваться бизнес результатов

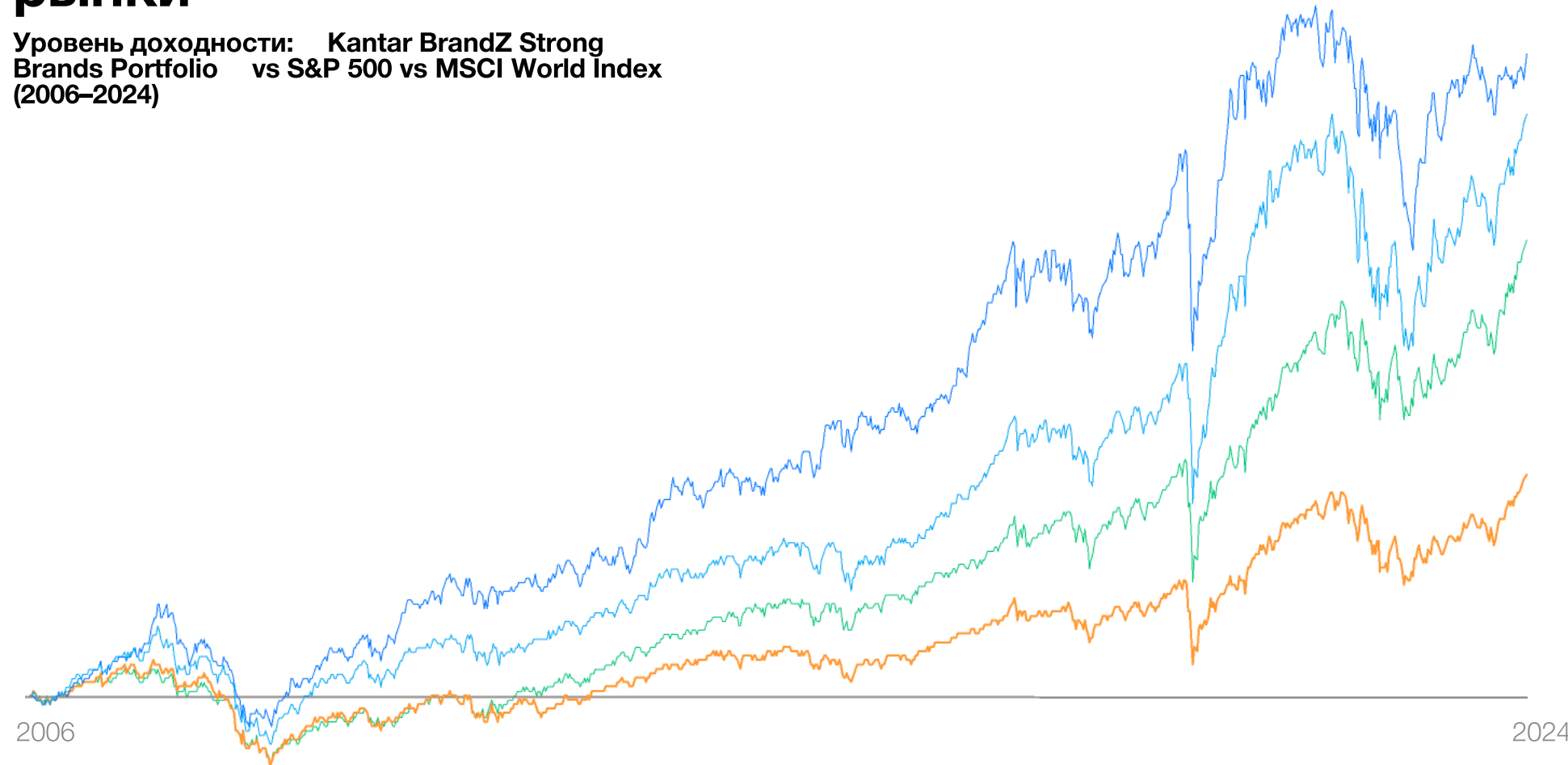


Kantar BrandZ Global.
Most valuable brands

[https://www.kantar.com/
campaigns/brandz/global](https://www.kantar.com/campaigns/brandz/global)

Сильные бренды дают инвесторам большую прибыль, чем фондовые рынки

Уровень доходности: Kantar BrandZ Strong Brands Portfolio vs S&P 500 vs MSCI World Index (2006–2024)



↑ **441%**

Мощные бренды
ТОП 10

↑ **400%**

Сильные бренды
ТОП 100

↑ **312%**

S&P 500

↑ **149%**

MSCI World Index

Kantar BrandZ. Most valuable brands 2024 Основано на данных более 4,3 млн потребителей, 54 рынка по всему миру, более 20 000 брендов в 532 категориях

Meaningful

Степень, в которой бренды создают четкие и последовательные функциональные и эмоциональные связи с потребителями

Different

степень, в которой бренд предлагает что-то, чего нет у других и является лидером в этом атрибуте

Salient

Ментальная доступность бренда — насколько быстро и легко он приходит на ум при выборе между вариантами

Kantar Brandz. Most valuable brands 2024

+19%

Бренды с высокой Meaningful Difference показывают рост на 19% выше среднего

Стратегии создания Смысловой значимости

1

Лидерство:

Задавать тренды и бросать вызов статус-кво

2

Отличительность (Distinctiveness):

Выраженный внешний вид и набор бренд-активов

3

Эмоциональная ясность (Emotive Clarity):

Четкая и последовательная связь с эмоциональными потребностями

4

Функциональные преимущества:

Превосходные качества

Nike × W+K



JUST DO



JUST DO



JUST DO IT.

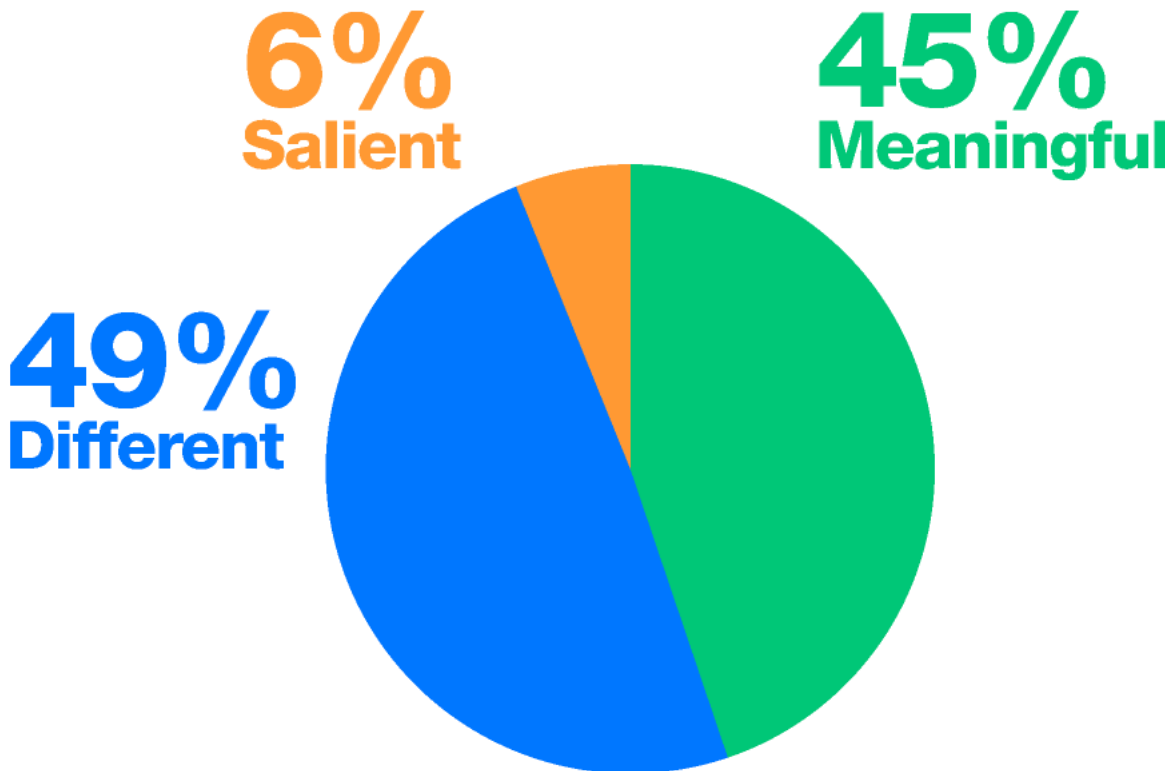
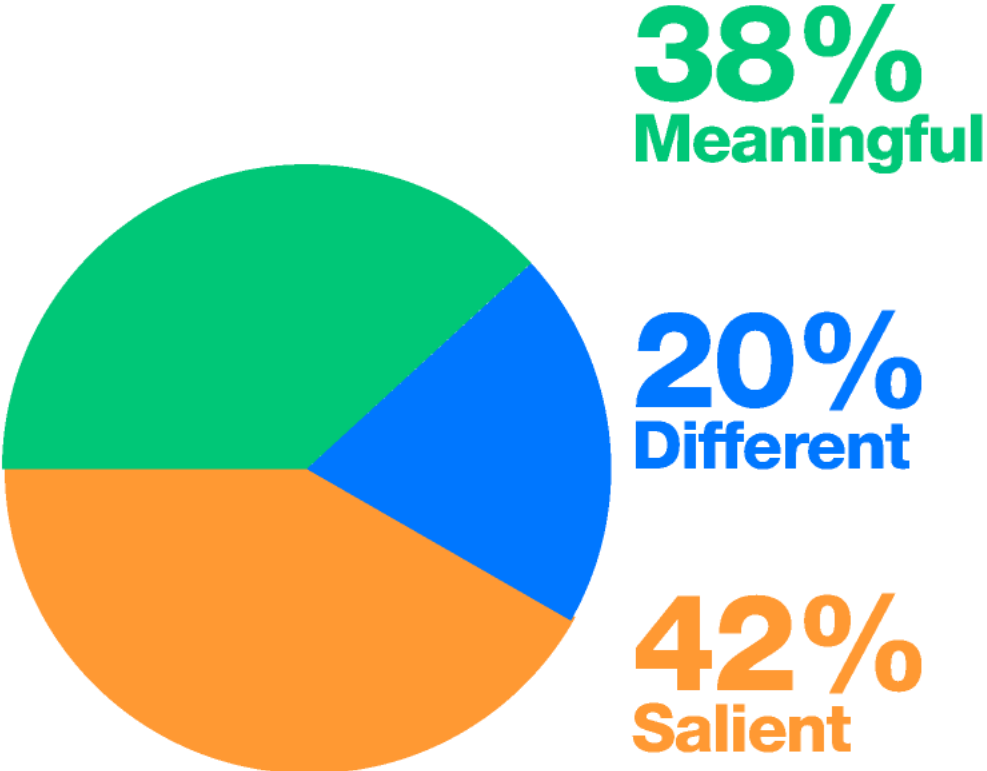
Demand power & Pricing power

способность бренда генерировать спрос, т.е. привлекать большее количество покупателей, расширять долю рынка и обеспечивать рост продаж по объёму

способность бренда назначать и удерживать более высокую цену, не теряя клиентов.

Драйверы объёма

Драйверы маржи



Kantar Brandz. Most valuable brands 2024
Основано на данных более 4,3 млн потребителей, 54 рынка по всему миру, более 20 000 брендов в 532 категориях

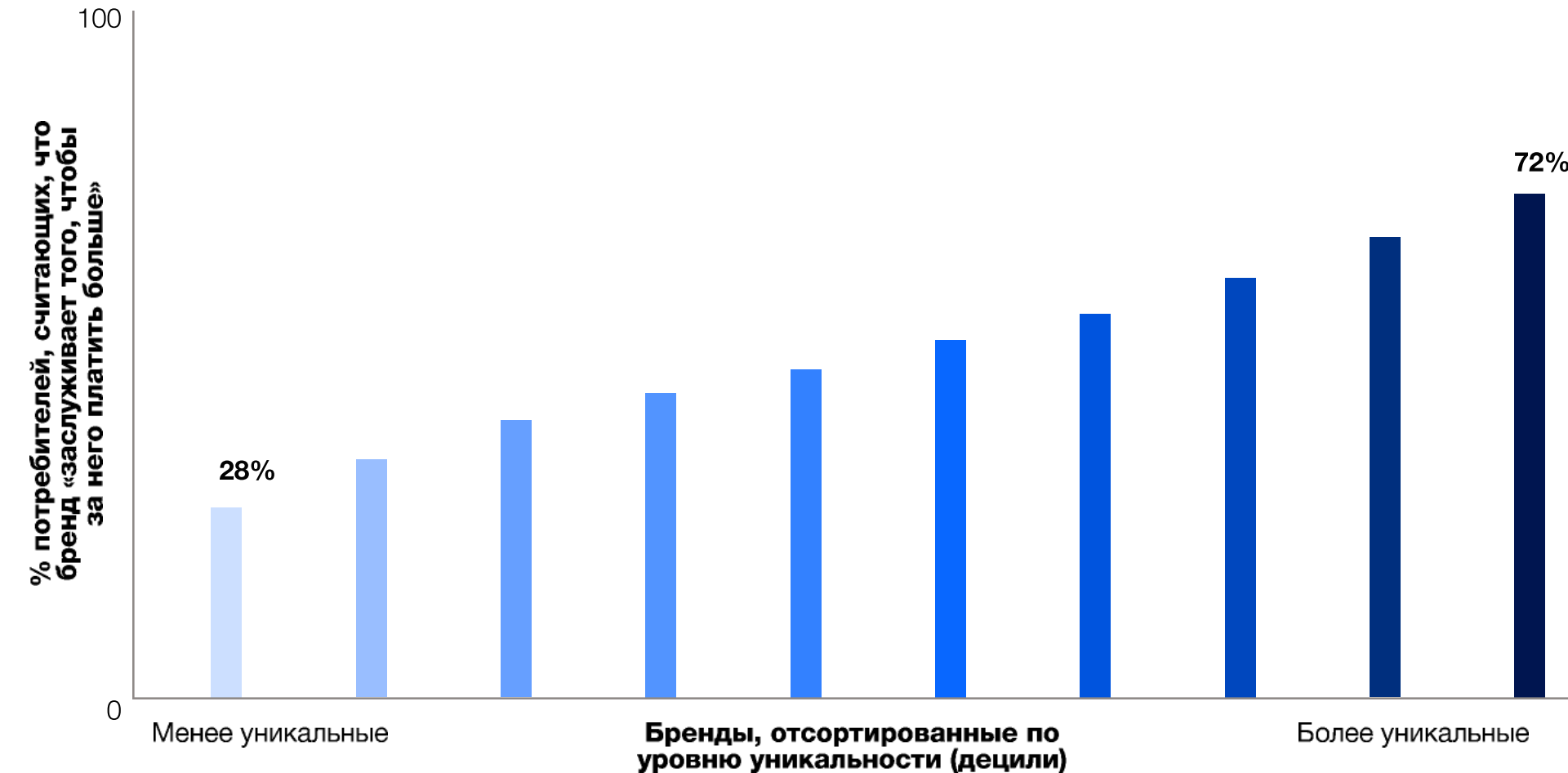


Salom Card — sizga kerakli karta

Istalgan kartalarga foizsiz
pul yuboring



Чем уникальнее бренд — тем выше готовность платить больше





Результаты за 2024 г. по МСФО
Рост по сравнению с аналогичным
периодом прошлого года

8,07 трлн

Кредитный портфель,
сумов
+112%

4,8 трлн

Депозиты,
сумов
+82%

18,4 млн

Зарегистрированные
уникальные пользователи
+37%

5,9 млн

Ежемесячные активные
пользователи (MAU)
+38%

514 млрд

Чистая прибыль,
сумов
+91%

26,9%

Рентабельность
капитала (ROE)

24,2%

Чистая процентная
маржа (NIM)
4-квартал

**Многонациональная команда из
3000 сотрудников; 25 национальностей**



payme

payme nasiya





Результаты за 2024 г. по МСФО
Рост по сравнению с аналогичным
периодом прошлого года

8,07 трлн

Кредитный портфель,
сумов
+112%

4,8 трлн

Депозиты,
сумов
+82%

18,4 млн

Зарегистрированные
уникальные пользователи
+37%

+748,5%

7,48 трлн

Ежегодные активы
по отношению к
платели (MAI)

4 млрд

прибыль

16,9%

Рентабельность
капитала (ROE)

2,2%

процентная
маржа (NIM)
4-квартал

**Многонациональная команда из
3000 сотрудников; 25 национальностей**

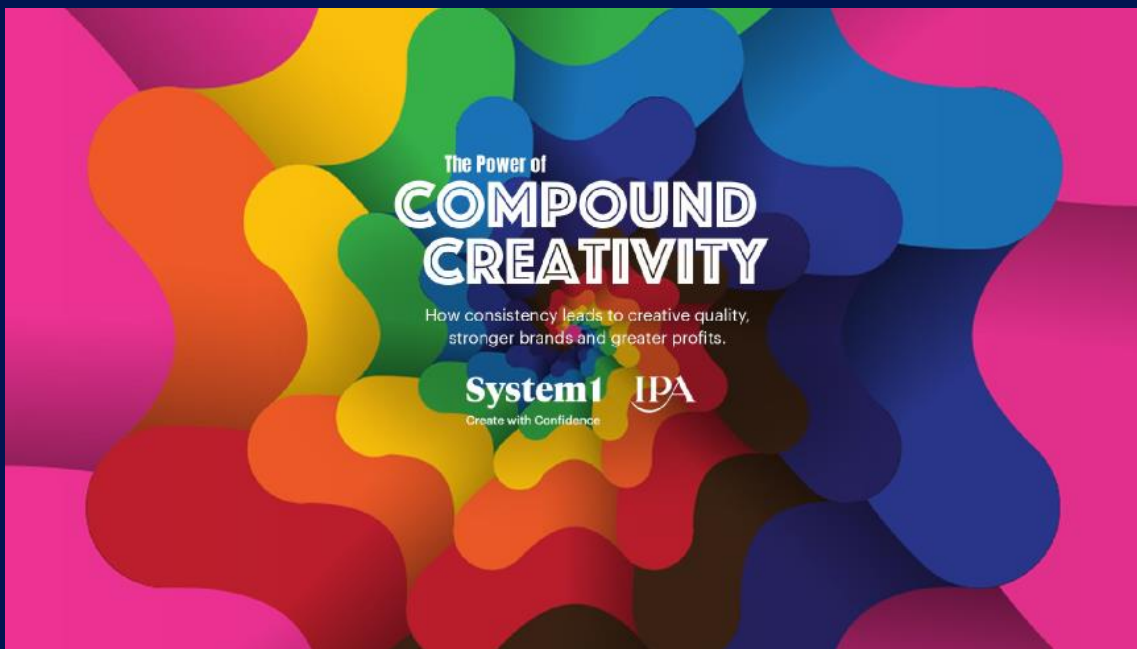


payme

payme nasiya



<https://tbcbank.uz/ru/news/397/2> financial-record/



The Power of Compound Creativity Report by Sytem1 & IPA

<https://system1group.com/compound-creativity-system1-ipa>



Andrew Tindall, The magic of Compound Creativity

<https://www.youtube.com/watch?v=CluW2sxfAA>

Индекс составной креативности

Комплексная метрика последовательности бренда, измеряемая в течение 5 лет

Креативные основы

Последовательное позиционирование

Долговечность креативной идеи

Длительное сотрудничество с агентством

Культура последовательности

Длительная «выдержка» креатива (Creative Wear In)

Сквозная последовательность во всех каналах

Приверженность «шоу» — умение вовлекать и развлекать

Повторное использование креативных активов

Последовательное исполнение

Последовательное использование бренд-активов

Сохранение персонажей, знаменитостей и фирменных элементов

Постоянство музыкальных тем и звукового сопровождения

Единый тон коммуникации



The Power of Compound Creativity Report by Sytem1 & IPA
<https://system1group.com/compound-creativity-system1-ipa>

1995, Праздник к нам приходит



Kitkat × VMML (ex JWT)



Kitkat × VML (ex JWT)

С 1932 года J. Walter Thomas (JWT) занималась маркетингом для Rowntree

Kitkat × VML (ex JWT)

С 1932 года J. Walter Thomas (JWT) занималась маркетингом для Rowntree

В 1935 году запущен Rowntree's Chocolate Crisp (позже переименованный в Kitkat) и его рекламой занимались тоже JWT

1957, Have a break

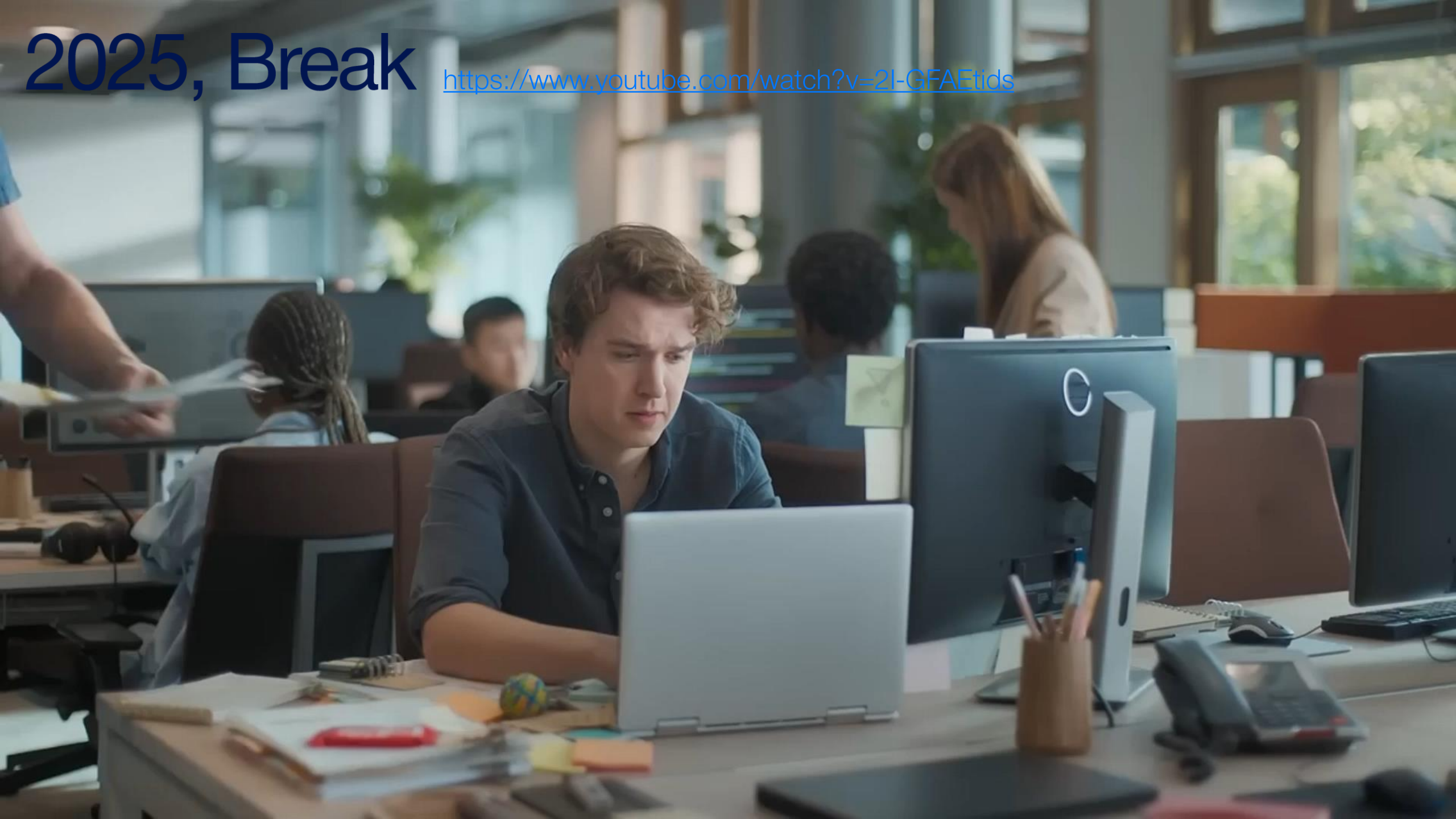


1996, Have a break

Have a break, have a 

2025, Break

<https://www.youtube.com/watch?v=2l-GFAEtids>

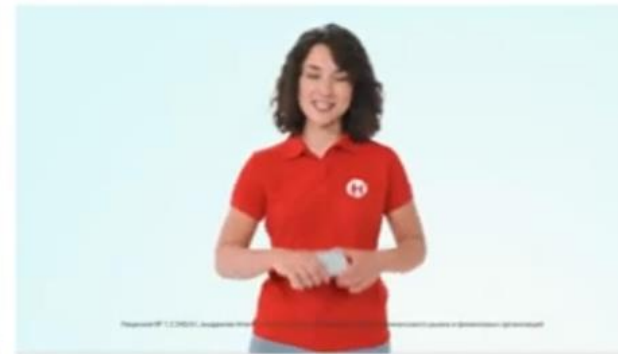
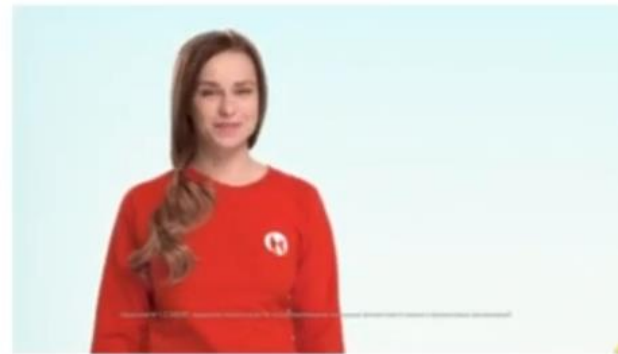
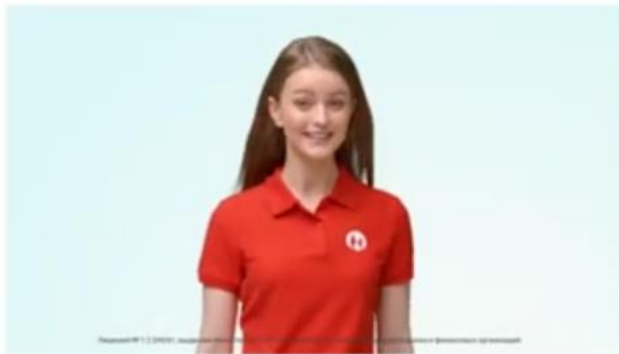
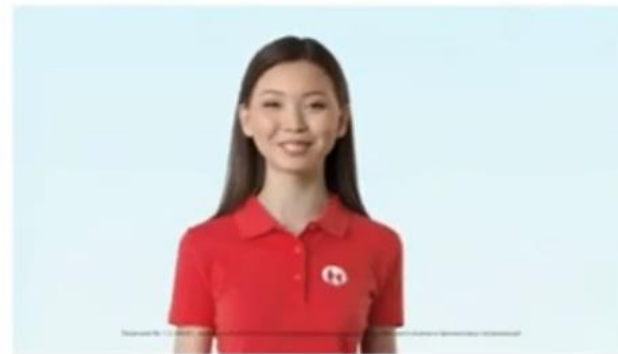
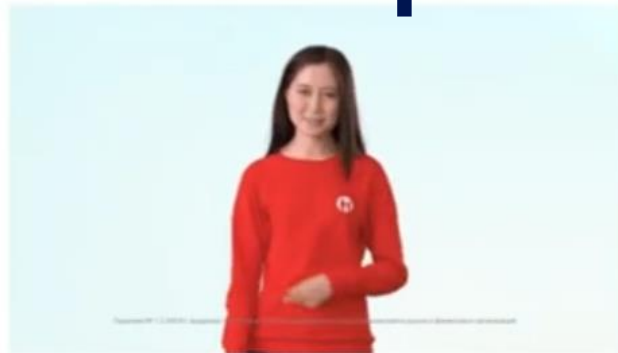
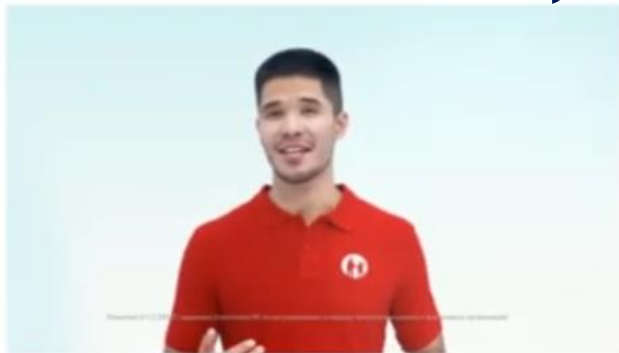


Kaspi X Gforce

С 2008 года ВМЕСТЕ

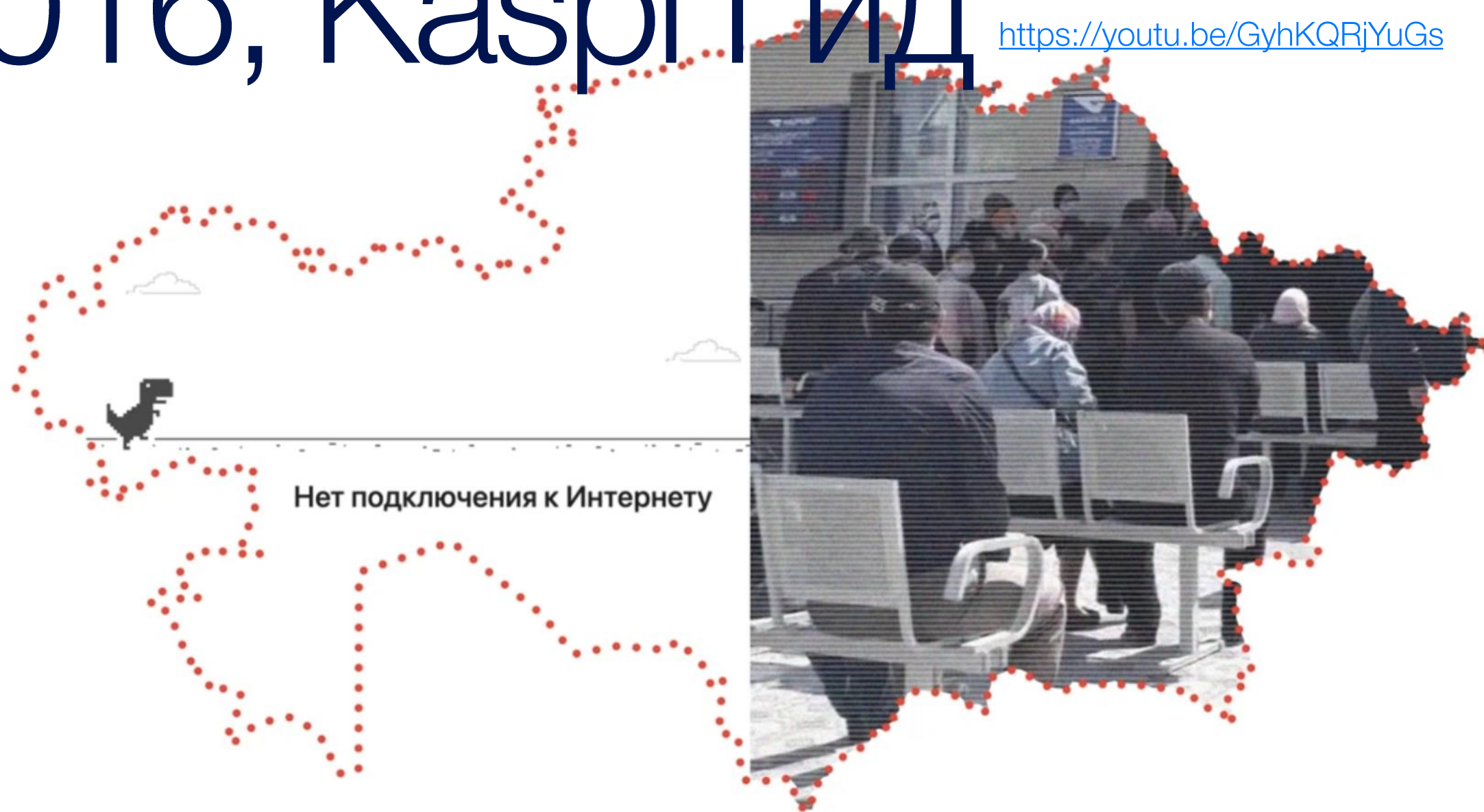
2016, Kaspi Гид

<https://youtu.be/GyhKQRjYuGs>



2016, Kaspi Гид

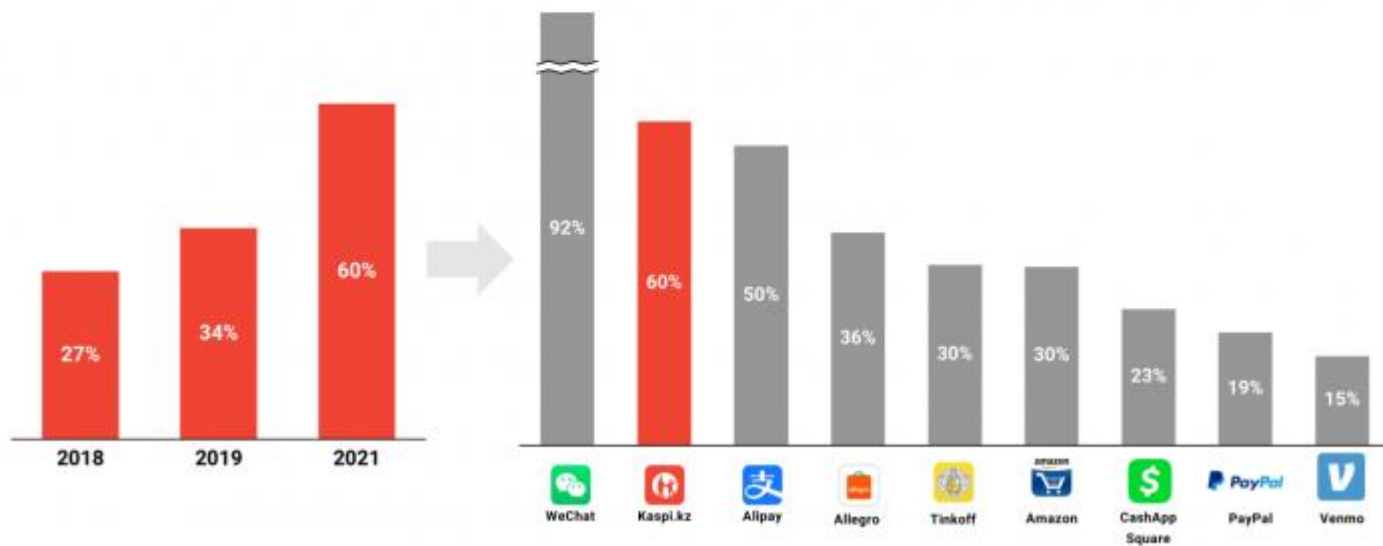
<https://youtu.be/GyhKQRjYuGs>



2021, результаты

Суперприложение Kaspi.kz: уровень вовлеченности пользователей один из самых высоких в мире

Пользователей в день/пользователей в месяц



2025, оплата рукой





Les Binet,
Head of
Effectiveness
at adam&eve
DDB



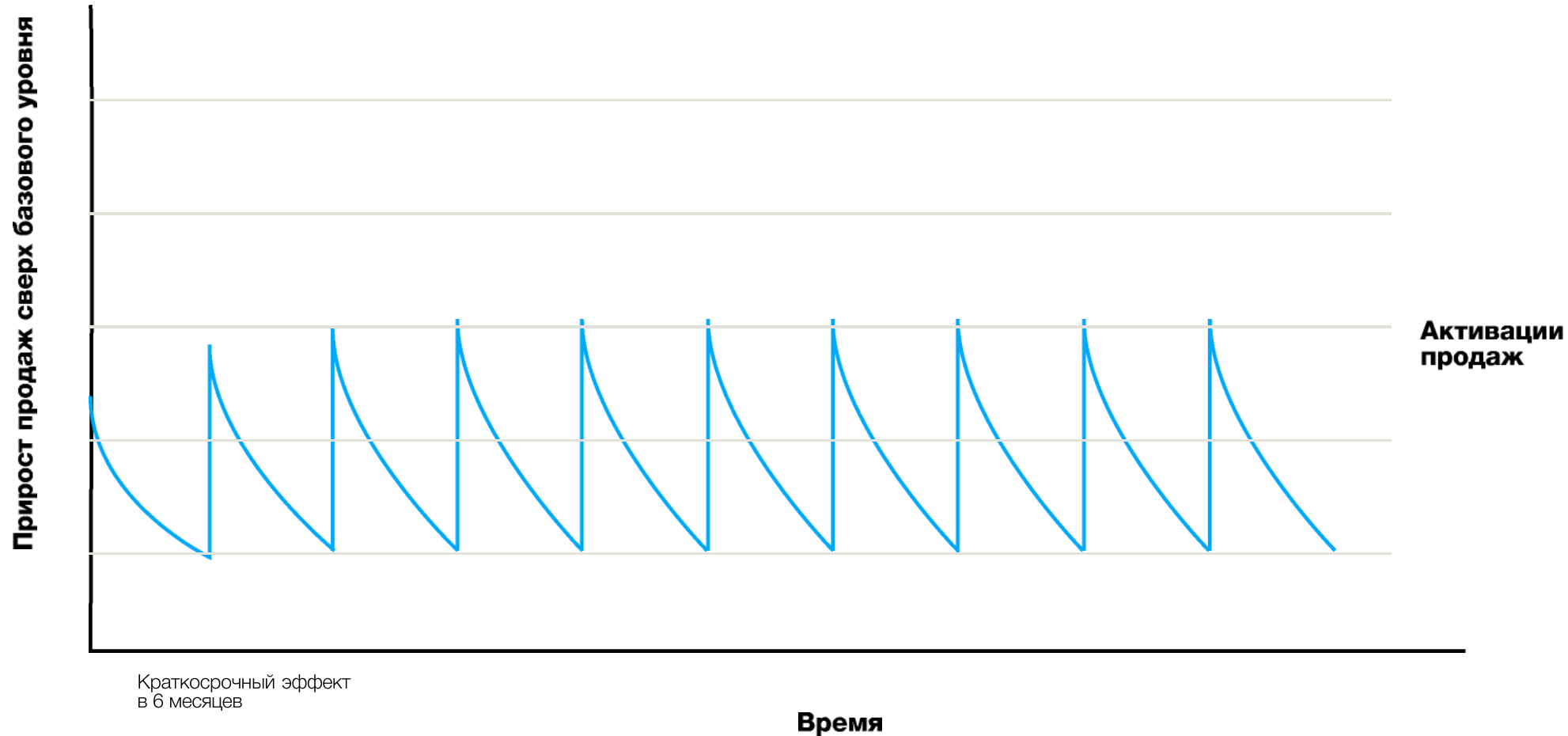
Peter Field,
marketing
consultant and
effectiveness
expert



The Long and the Short of It (IPA, 2013)

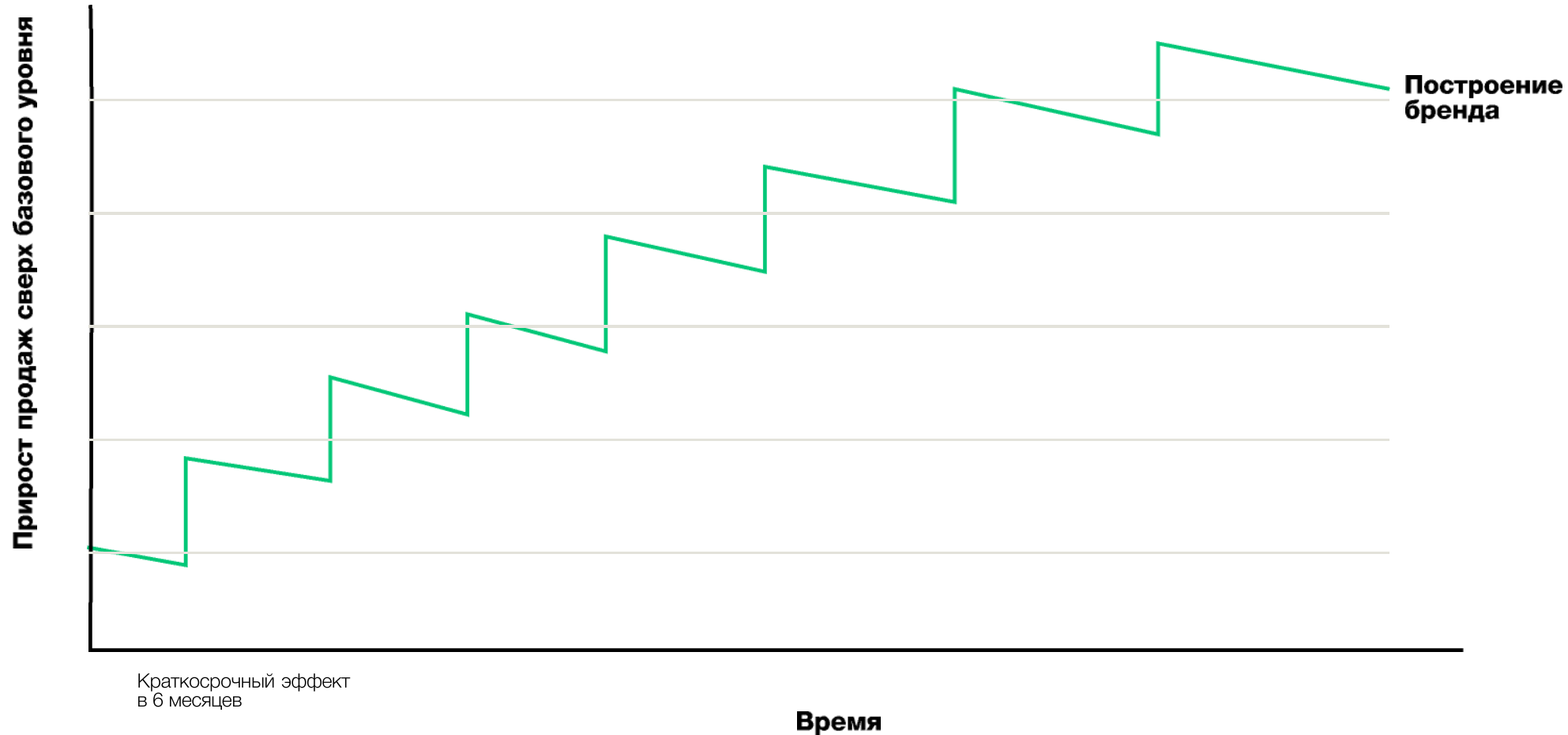
[https://ipa.co.uk/knowledge/
publications-reports/the-long-and-the-
short-of-it-balancing-short-and-long-
term-marketing-strategies](https://ipa.co.uk/knowledge/publications-reports/the-long-and-the-short-of-it-balancing-short-and-long-term-marketing-strategies)

Короткие активации и построение бренда



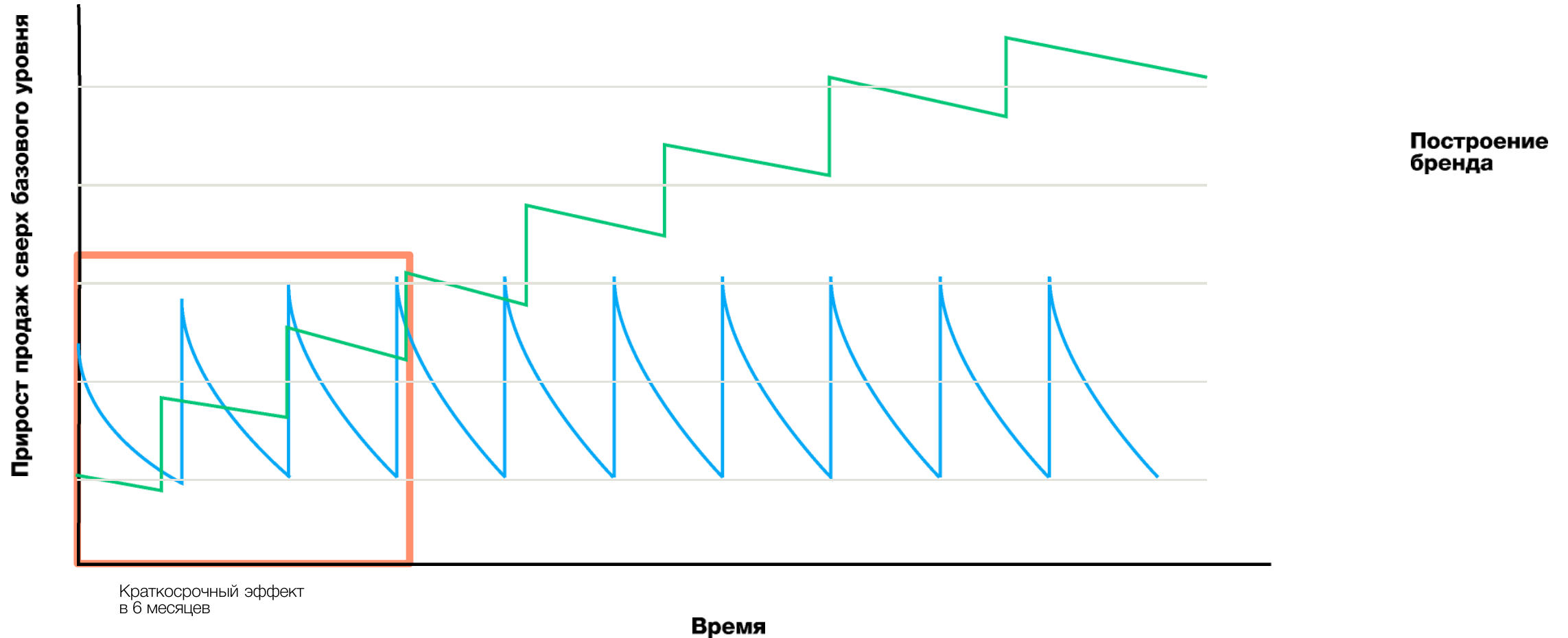
Field & Binnet, Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies. Исследование IPA основано на более чем 1 000 кейсах из IPA Effectiveness Awards

Короткие активации и построение бренда



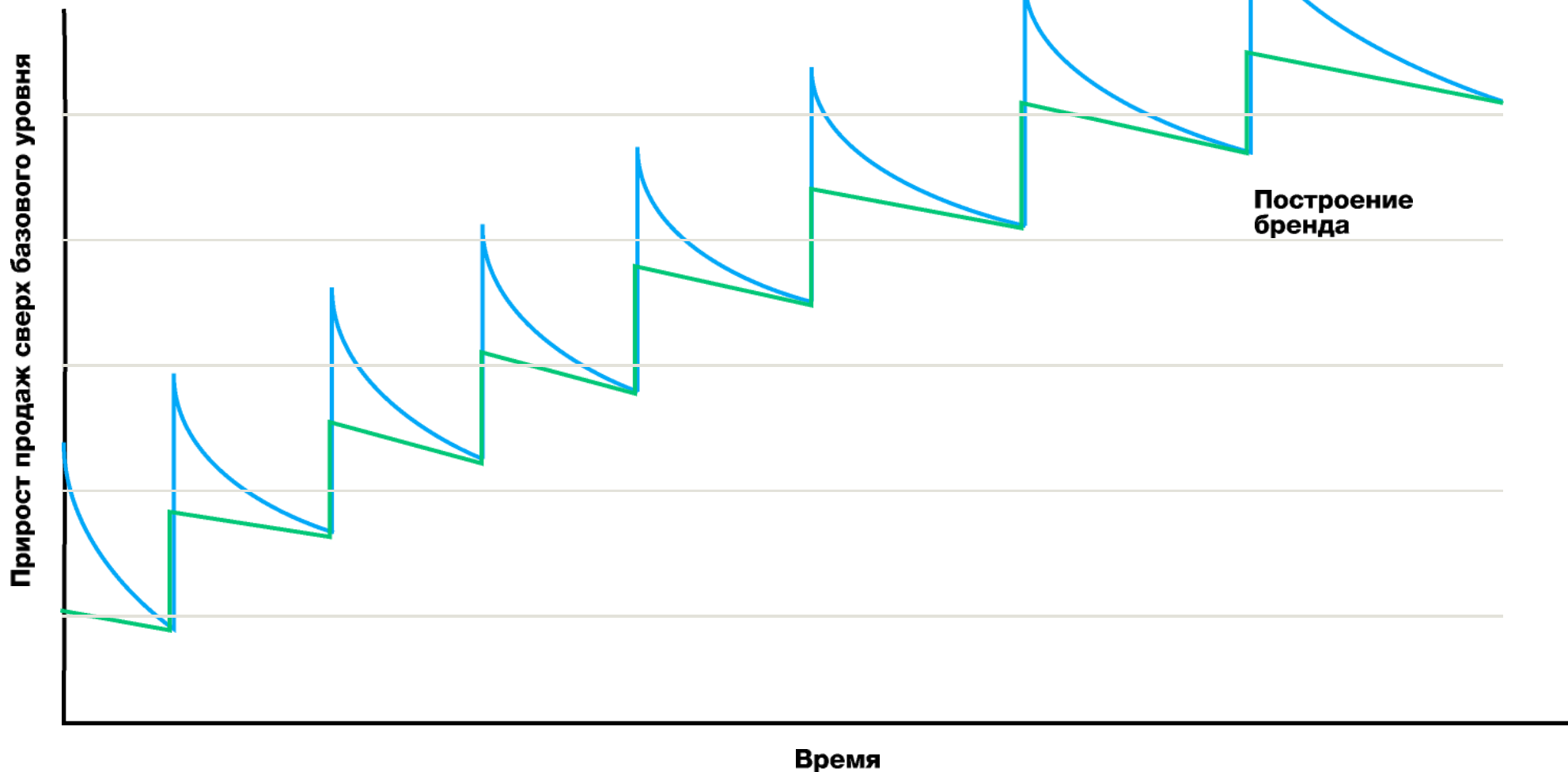
Field & Binnet, Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies. Исследование IPA основано на более чем 1 000 кейсах из IPA Effectiveness Awards

Короткие активации и построение бренда



Field & Binnet, Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies. Исследование IPA основано на более чем 1 000 кейсах из IPA Effectiveness Awards

Короткие активации и построение бренда



Field & Binnet, **Balancing Short and Long-Term Marketing Strategies.** Исследование IPA основано на более чем 1 000 кейсах из IPA Effectiveness Awards



Les Binet,
Head of
Effectiveness
at adam&eve
DDB



Peter Field,
marketing
consultant and
effectiveness
expert

The Long and
the Short of It
(IPA, 2013)

Долгосрочные бренд
эффекты зависят от
повторяющегося,
последовательного
и эмоционального креатива,
выдержанного во времени

Rahmat, Minsk!



Ташкент, улица Тараса
Шевченко, 21,
БЦ Shevchenko Plaza,
2-й этаж

Дубай, Бизнес Бей,
улица Ал Мустақбал, 145
БЦ Iris Tower Bay,
офис 903-05

manobranding.uz



Instagram:
[@temur.sadiy](https://www.instagram.com/temur.sadiy)



Instagram:
[@mano_branding](https://www.instagram.com/mano_branding)

MA'NO