

ØCEAN CITY

ЗАКРЫТЫЙ ПОКАЗ ØCEAN CITY
ПРОЕКТ ГОДА ОТ UDS

06/03/2024

САМЫЙ ГРОМКИЙ ПРОЕКТ ГОДА

OCEAN CITY мог бы украсить любой мегаполис мира. Но он украсит наш родной город — Ижевск.

2024 год стал знаковой датой для рынка недвижимости Ижевска. Стартовали продажи сразу в двух новых башнях OCEAN CITY — MILLENIUM и ERA.

Башня MILLENIUM высотой 33 этажа станет самым высоким домом в Ижевске. Башня ERA расположится вдоль бульвара на первой линии бутиковой коммерции.

Построенная башня

Башня MILLENIUM

Башня ERA

ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЬ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Первая башня OCEAN CITY, построенная в 2019 году, стала новой достопримечательностью Ижевска. Это самый фотографируемый и медийный дом Ижевска.

OCEAN CITY — региональный комплекс года с лучшей архитектурой по версии URBAN AWARDS 2020.



МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ МЕРОПРИЯТИЯ



ГРОМКИЙ СТАРТ

Жители города и представители коммерческого сектора несколько лет ждали этого момента.

Для нас было важно масштабно и громко заявить о старте продаж. Выход на рынок новых башен комплекса — это по-настоящему знаковое событие для Ижевска.

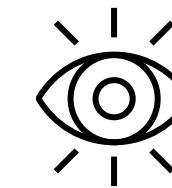


ПРОДВИЖЕНИЕ САМОГО ДОРОГОГО КОМПЛЕКСА В ИЖЕВСКЕ

**98% — премия к рынку проекта OCEAN CITY.
193 042 руб./м² — средняя цена на март 2024 года.**

При общей численности населения города всего 650 000 человек вывод на рынок одномоментно 339 лотов жилой недвижимости и 8 107 м² коммерческой в высоком ценовом сегменте — это определенный вызов и риск для девелопера, требующий применения нестандартных и ярких маркетинговых решений в продвижении проекта.

Одним из таких средств стало проведение крупного мероприятия на старте продаж.



ФОРМИРОВАНИЕ ПРОМОУТЕРОВ БРЕНДА

Одним мероприятием охватить сразу несколько целевых групп.

Сформировать «промоутеров» бренда во всех отраслях взаимодействия с проектом.

КОНЦЕПЦИЯ «ПРЕМЬЕРА ГОДА»

Идею для создания мероприятия мы почерпнули из опыта запуска громких кинопремьер и решили презентовать проект в самом большом кинотеатре города, сделав показ фильма о доме главной изюминкой вечера.

565 ГОСТЕЙ

3 ФЕДЕРАЛЬНЫХ СПИКЕРА

4 ГОРОДА ПРИСУТСТВИЯ: ИЖЕВСК,
ПЕРМЬ, МОСКВА, НИЖНИЙ НОВГОРОД

САМЫЙ БОЛЬШОЙ
КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ ИЖЕВСКА



СОЗДАНИЕ ФИЛЬМА

6 месяцев
потребовалось
для производства
фильма.

ART3D

компания-подрядчик,
самая опытная
команда в отрасли.

Консультации нейропсихолога
на этапе подготовки технического задания.
Для нас было важно произвести эмоциональный
эффект на зрителей будущего фильма.

Совместно с нейропсихологом мы сформулировали
для команды разработчиков вектор направления
в сюжете сценария и рекомендации по героям, атри-
бутам видеоряда, ключевым идеям и стоп-темам.
До дня мероприятия фильм держался в секрете.

ВЫБОР МЕСТА



Самый большой концертный зал города

В качестве места для проведения мероприятия мы выбрали ДК «Металлург» в Ижевске. Общая вместимость зала с балконами составляет до 1 000 человек.

Для нашего мероприятия мы решили использовать только места в партере как наиболее комфортные для зрителей.

На балконах мы разместили оборудование для световых и звуковых эффектов, чтобы сделать программу мероприятия максимально эффектной.

2 дня подготовки помещений

В течении первых суток завезли многочисленное оборудование, отстроили временные стены-декорации в фойе для создания авторской зоны приема гостей.

В кинозале установили сверхточный экран, специально привезенный из Перми, на сцене — сетку для световых проекций, дополнительное осветительное и звуковое оборудование. Провели проверку звука, видео и репетиции выступлений.

В первую половину следующего дня был проведен чек всех спикеров мероприятия, в том числе федеральных. В 14:00 всё было готово для встречи гостей.

ПОДГОТОВКА ЗАЛОВ

Для проектирования мероприятия все зоны фойе ДК «Металлург» и кинозал были отстроены в 3D.

Для создания нужной атмосферы мероприятия мы отсекли зону гардероба от основного зала сбора гостей временными задекорированными стенами и отстроили внутренний периметр площади зала с выходом в кинозал.

Мы установили собственное освещение внутри, отказавшись от неподходящего нам общего освещения фойе. Несущие колонны мы задекорировали, сделав частью композиции.

Мы использовали техники аромамаркетинга, установив в зоне гардероба оборудование для ароматизации помещения. Подобранный нами аромат с нотами морского бриза встречал гостей и окунал их в атмосферу предстоящего мероприятия.

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО О ПОДГОТОВКЕ ЗАЛА](#)

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО О ПОДГОТОВКЕ КИНОЗАЛА](#)



OCEAN CITY

СВАРТАЛ
ВЫСОКОГО
КЛАССА

АТМОСФЕРА OCEAN CITY

Всё пространство, в котором оказывался гость мероприятия, было оформлено в стиле проекта.

ФИРМЕННЫЙ СВЕТ

Специально для мероприятия были изготовлены и создавали атмосферу в зале:

- световые конструкции, имитирующие архитектурную форму дома
- световые лампы на стенах зала в виде фирменного паттерна
- световые шары на столах кейтеринга
- световая проекция на стенах кинозала перед началом мероприятия





БРЕНДОВЫЕ ФОТОЗОНЫ

ОДИН ИЗ СЛОГАНОВ ПРОЕКТА
OCEAN CITY —
ТВОЕ ЛУЧШЕЕ ОТРАЖЕНИЕ

UDS

Мы воплотили слоган, сделав фотозону в виде зеркала со световой с надписью. Гости активно фотографировались, видя «свое лучшее отражение» в зеркале проекта.

Вторая фотозона была представлена пятью светодиодными экранами, имитирующий водопад.

Фотографии из Инстабудки печатались со ссылками на социальные сети и сайт.





STUFF

Для хостес мероприятия и сотрудников зоны кейтеринга были разработаны фирменные образы:

- синие накладки на голову в виде фантастических морских ракушек, изготовленные на 3D-принтере и повторяющие форму головы. Волосы должны были быть собраны
- серебряные костюмы, сшитые на заказ для хостес, и прозрачные очки с фосфоризирующим рисунком



ОТДЕЛ ПРОДАЖ

В рамках подготовки к мероприятию был обновлен фирменный образ сотрудников отдела продаж UDS.

Совместно со стилистом был подобран комплект одежды для мужских и женских образов, объединенный верхом в бежевом цвете. Менеджеры отдела продаж элегантно и понятно для клиентов выделялись из общей массы гостей.

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЯ

- 14:00 ○ Сбор гостей
- 15:00 ○ Начало мероприятия
- 15:10 ○ Презентация проекта от первых лиц компании и создателей проекта
- 15:30 ○ Андрей Шапенко. Профессор бизнес-практики, академический директор программ лидерского развития Московской школы управления «Сколково». «Лидерская позиция. Почему другие люди должны за вами идти?»
- 16:30 ○ Кофе-брейк
- 17:30 ○ Ирина Борисова. Эксперт в нейромаркетинге, бизнес — тренер, консультант по оперативному управлению и маркетингу «Как создать WOW-эффект: нейромаркетинг в элитной недвижимости»
- 18:15 ○ Владимир Якуба. Самый известный реалити бизнес-тренер в России, лучший эксперт по настройке отдела продаж в СНГ «Как продавать много, дорого, в удовольствие»
- 19:15 ○ Финальный фуршет





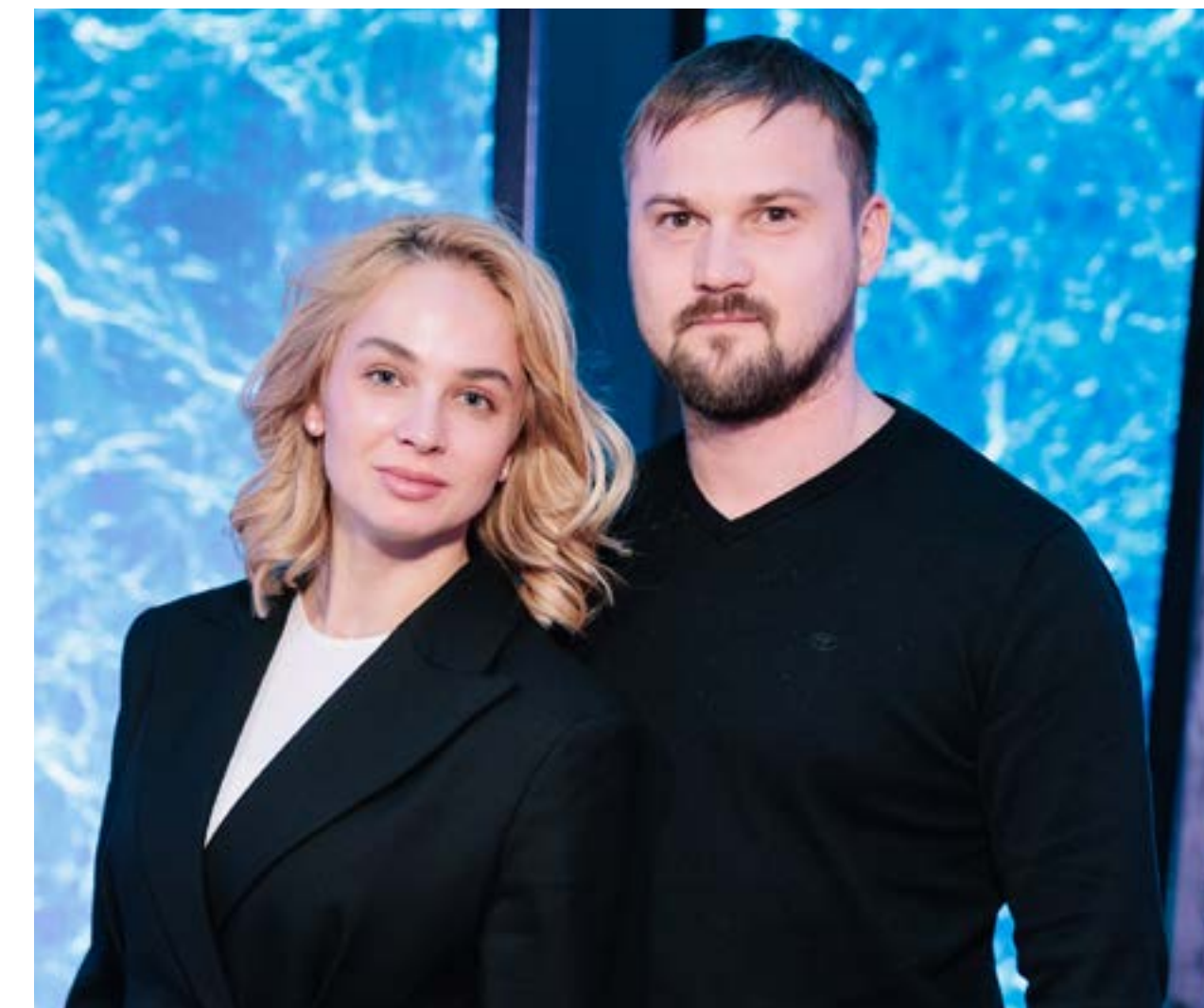
ГОСТИ

Мы собрали на одной площадке разные целевые группы, чтобы с помощью одного масштабного мероприятия воздействовать на уровень лояльности к проекту и простимулировать продажи:

- VIP-клиенты жилых комплексов в Ижевске
- клиенты, регулярно инвестирующие в недвижимость UDS
- клиенты по коммерческой недвижимости
- TOP-менеджеры и собственники IT-компаний Ижевска
- партнеры собственника UDS



- блогеры, журналисты и лидеры общественного мнения, медийные жители наших жилых комплексов
- владельцы бизнесов, которых мы хотим привлечь в район застройки в сферах хорека, образования, фитнеса, медицины, торговли, бьюти-индустрии и в банковском секторе
- TOP-менеджеры банков и управляющие филиалов банков по Удмуртской Республике
- федеральные эксперты в области девелопмента
- PR-агентства-партнеры из Москвы и Нижнего Новгорода

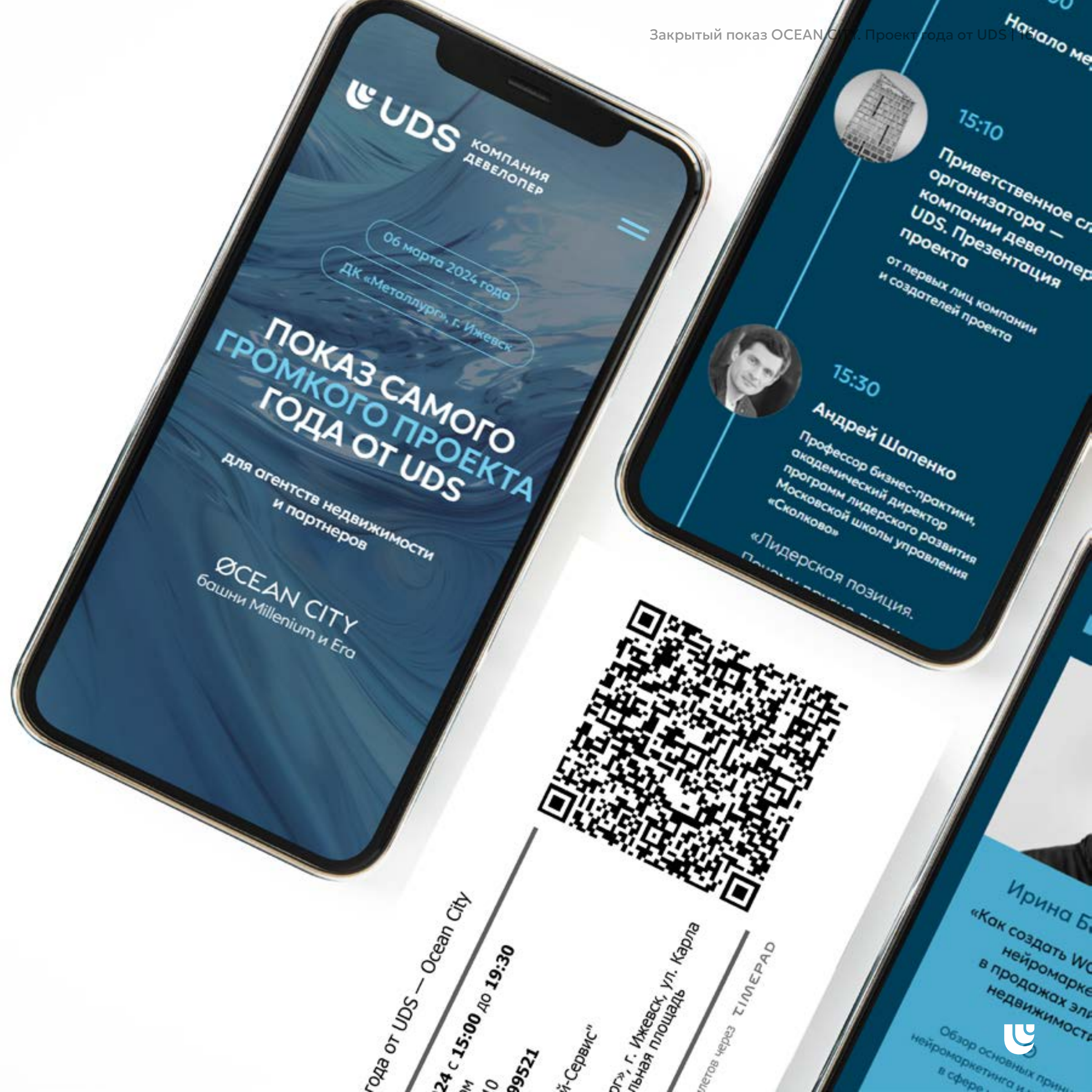


- агентства недвижимости Ижевска
- делегация руководителей агентств недвижимости Нижнего Новгорода
- TOP-менеджеры холдинга UDS group, в который входят секторы золотодобычи, нефтепроизводства, поставки бетона
- инвесторы проектов девелопера
- ведущие специалисты по разработке проекта OCEAN CITY

УПРАВЛЕНИЕ СБОРОМ ГОСТЕЙ

1. Мы были ограничены количеством посадочных мест кинозала ДК «Металлург» — 565 мест — и составили именной список гостей, пригласив каждого лично.
2. Для агентств недвижимости мы выделили от 3 до 20 мест в зависимости от статуса агентства.
3. Мы сделали лендинг-приглашение и подключили к нему сервис продажи билетов Timerad. После регистрации гостю приходил электронный билет с номером места в зрительном зале. Билет был бесплатным.
4. Мы обеспечили проезд иногородних гостей из Москвы, Нижнего Новгорода и Перми.
5. В день мероприятия 4 хостес встречали гостей и считывали номер билета по QR-коду. В качестве дополнительной помощи была организована стойка с двумя хостес, которые могли найти гостя по ФИО в электронном списке, если по каким-то причинам гость не мог оперативно найти билет в своей почте.

[ПОСМОТРЕТЬ САЙТ-ПРИГЛАШЕНИЕ НА МЕРОПРИЯТИЕ](#)





ИНТРО

Мы разработали сценарий и драматургию светового номера для начала официальной части презентации OCEAN CITY.

Световой ряд транслировался на невидимую для зрителей сетку, позади которой находился солист, а также на стены и потолок. Номер являлся воплощением миссии компании UDS — быть трендсеттером идей, реализовывать лучшие из них, увлекая за собой других.

Для озвучивания закадрового текста мы пригласили федерального диктора, голосом которого был озвучен фильм о проекте OCEAN CITY. Для нас было важно создать единый звуковой ряд для зрителей. Мы сделали демозапись на местной радиостанции для диктора и передали в качестве технического задания. Номер заканчивался слоганом проекта — «Для поймавших жизнь».

UDS





ПРЕМЬЕРА ПРОЕКТА ГОДА ОТ UDS

Директор UDS Иванов Всеволод Владимирович открыл программу мероприятия и презентовал новый облик Ижевска. OCEAN CITY — историческая веха развития города.

Премьера фильма о проекте стала ярким впечатлением для всех собравшихся.

[СМОТРЕТЬ ФИЛЬМ ОБ OCEAN CITY](#)





УВЛЕКАЮЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Коммерческий директор UDS и руководитель офиса продаж в Ижевске в дружественном тандеме выступили в стиле TED с презентацией проекта OCEAN CITY.





ТОЧКА КОНСУЛЬТАЦИИ КЛИЕНТОВ

Сценарий мероприятий был выстроен таким образом, чтобы создать комфортную атмосферу для гостей. Менеджеры отдела продаж дружелюбно встречали в гостей, общались с уже знакомыми клиентами и партнерами.

Гости были эмоционально готовы и заинтересованы узнать о проекте и коммерческих условиях больше после впечатляющей презентации в кинозале. Главная коммерческая задача была выстроена на время кофе-брейка.

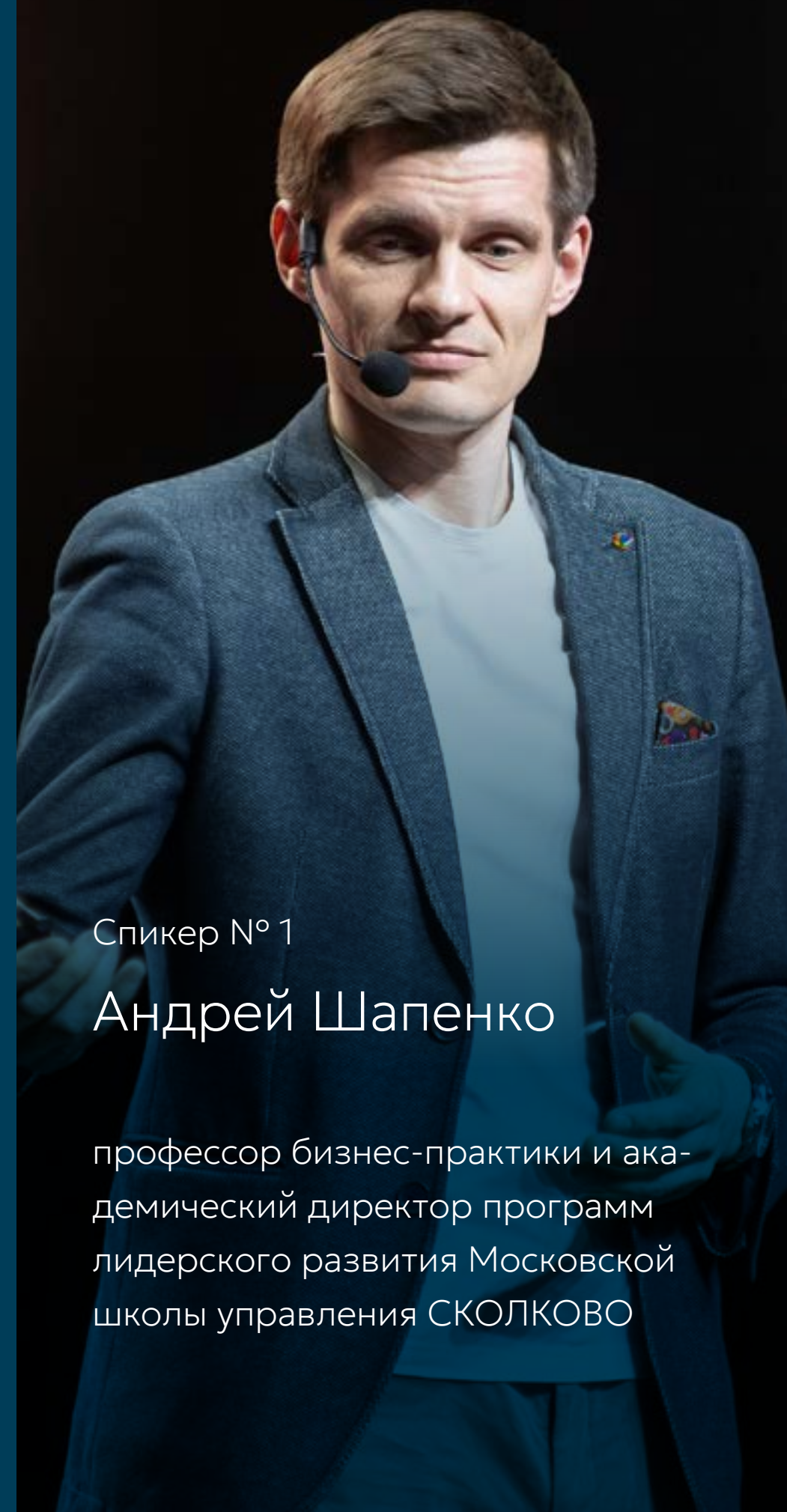
Пока гости были на презентации проекта, в фуршетном зале установили архитектурный макет OCEAN CITY и стойки с POSM-материалами.

Эффектная архитектурная подсветка и возможность выбрать квартиру на встроенном планшете сделали макет точкой притяжения.

ТРИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ СПИКЕРА

Мы хотели удивить наших гостей и быть им полезными. Для этого мы сделали контент мероприятия не только коммерческим, но и образовательным, усилили программу вечера выступлениями трех спикеров на темы личной и профессиональной эффективности. Основная доля клиентов OCEAN CITY — это владельцы собственного бизнеса и управленцы, поэтому техники влияния на продажи актуальны для аудитории.

UDS



Спикер № 1

Андрей Шапенко

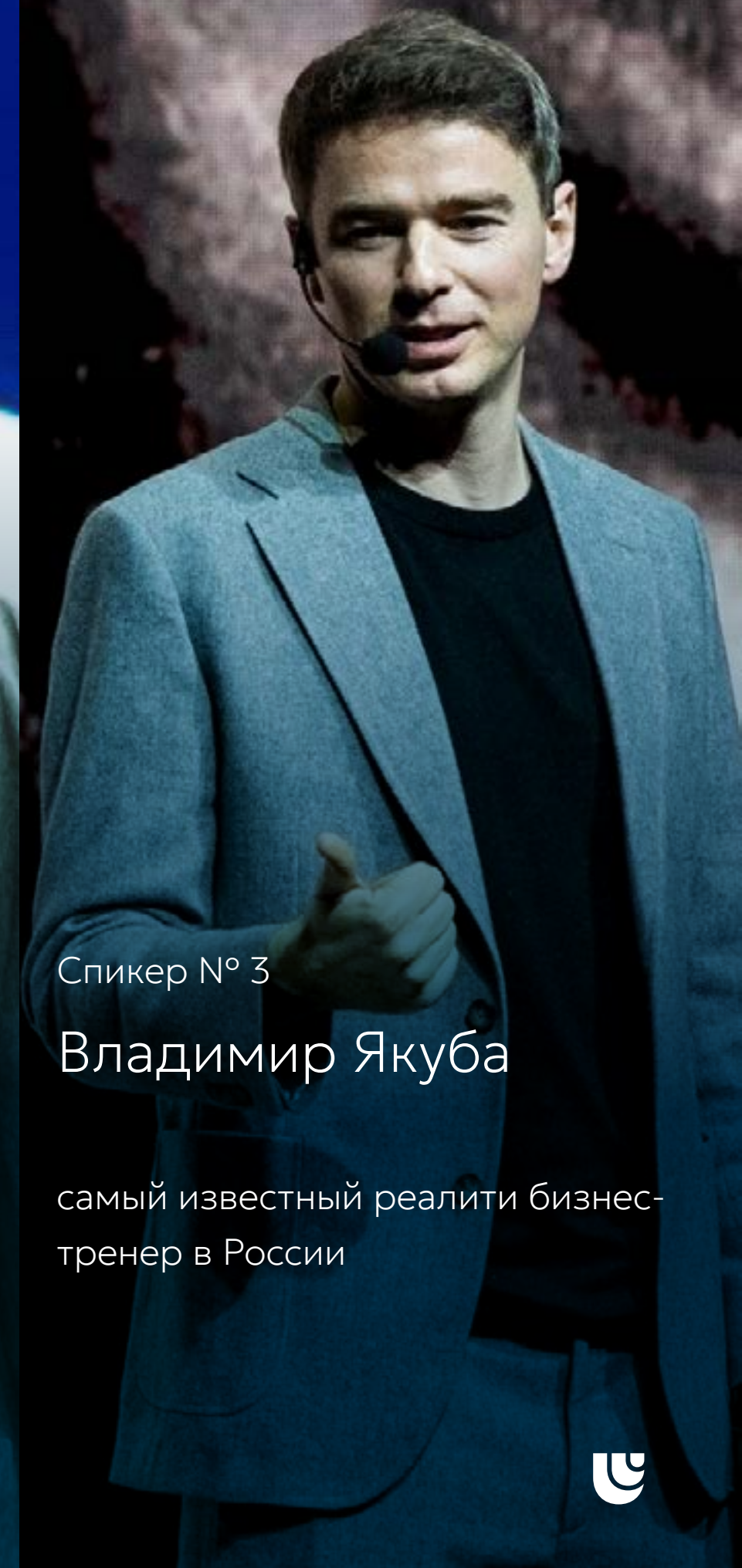
профессор бизнес-практики и академический директор программ лидерского развития Московской школы управления СКОЛКОВО



Спикер № 2

Ирина Борисова

эксперт в нейромаркетинге, бизнес-тренер, консультант по оперативному управлению и маркетингу



Спикер № 3

Владимир Якуба

самый известный реалити бизнес-тренер в России



ЗАВЕРШАЮЩИЙ ШТРИХ

В качестве подарка для гостей мы разработали фирменный аромат для дома OCEAN CITY. Обволакивающий запах, созданный по мотивам Chanel Chance, стал неожиданным сюрпризом для гостей и ярким финалом мероприятия.

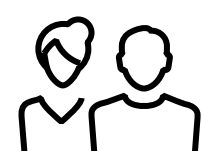
UDS



565 ГОСТЕЙ

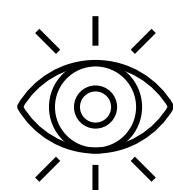
100% заполнение зала

Мероприятие имело большой общественный резонанс. Все поставленные PR-задачи были выполнены. Коммерческие задачи были поставлены на период 3 месяца после события, период еще не завершен.



565 гостей

100% заполнение зала



× 9 количество просмотров

фильма об OCEAN CITY на Youtube
по сравнению с другими роликами девелопера



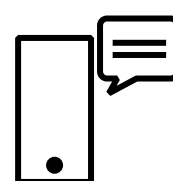
84% NPS мероприятия

на основе опроса гостей



115% выполнение плана продаж

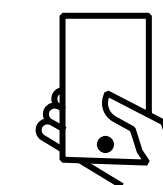
по жилой недвижимости в первый
месяц после мероприятия
плюс прирост продаж по всем
объектам в Ижевске на 35%



7,5 раз больше упоминаний в соцсетях *

с отметкой девелопера UDS
6 и 7 марта 2024 года

* По сравнению со средними показателями.



на 56% больше брендовых запросов

проекта в сети за аналогичного
период до мероприятия

СМОТРЕТЬ ВИДЕО О МЕРОПРИЯТИИ

[СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)

ØCEAN CITY

ЗАКРЫТЫЙ ПОКАЗ ØCEAN CITY
ПРОЕКТ ГОДА ОТ UDS

Спасибо за внимание!