



МИР
МИТИНО

Разработка рекламной концепции для жилого комплекса «Мир Митино»

Расположенного по адресу:
г. Москва, внутригородское муниципальное
образование Митино, вблизи с. Рождествено



Текущая ситуация на рынке новостроек

Текущая ситуация на рынке новостроек характеризуется **высокой конкуренцией** на фоне рекордного объема предложения в условиях ограниченного покупательского спроса. Основная масса рекламных коммуникаций в сегменте масс-маркета оперирует **характеристиками проектов и текущими условиями дисконтирования**. При этом набор, транслируемых покупателю характеристик и **УТП у подавляющего числа проектов одинаковое**, что не позволяет рассматривать их в качестве эксклюзивных преимуществ. В этой же ситуации находится и такой **инструмент мотивации покупателя как дисконтирование**.

В условиях круглогодичного дисконта, предоставляемого более 90% застройщиков, **скидка уже не является для покупателя основным мотивом**, а скорее воспринимается, как неотъемлемое условие покупки на современном рынке недвижимости. При таком положении вещей правильное **общее позиционирование проекта**, отвечающее потребностям основной группы ЦА, **имеет преимущество над частными характеристиками** в сознании покупателя, так как позволяет уже на этапе первого контакта с потребителем наделять проект дополнительной ценностью и выделить его из конкурентного окружения.



ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДАННОГО ПОДХОДА НЕОБХОДИМО

01

Выделить:
ядро ЦА

02

Определить и сформулировать:
ключевые потребности

ОСНОВНОЙ ДРАЙВЕР СОВРЕМЕННОГО РЫНКА В СЕГМЕНТЕ МАСС-МАРКЕТА



Семьи с детьми,
покупающими квартиру
для собственного проживания

БАЗОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ЭТОЙ ГРУППЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ

- 01** Улучшение жилищных условий
- 02** Повышение качества жизни
- 03** Обеспечение безопасности для своей семьи



Формируя ответ на эти базовые потребности, мотивацией которых является семья, компания «ПРОДОМА» рекомендует четко позиционировать проект «Мир Митино» в качестве **семейного квартала «Мир Митино»**.

Это позволит одновременно, как **выделить проект из общего ряда** жилых комплексов, так и представить характеристики и УТП проекта **в качестве выгод** для семейного проживания.



Концепция рекламных сообщений

ЖК «Мир Митино»



Концепции

Концепции рекламных сообщений выстраивают два сценария коммуникаций с ЦА, базирясь на общем позиционировании проекта в качестве семейного квартала «Мир Митино»



Концепция 1

Все хотят жить в мире

СУТЬ КОНЦЕПЦИИ

Определение и иллюстрация основных, движущих потребностей (болей) потенциальных покупателей недвижимости комфорт-класса, и предложение продукта как ответа на эти потребности (лекарства от боли)

ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ОСОБЕННОСТЬ ВИЗУАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ

Шутливая интонация и ирония по отношению к иллюстрируемым жизненным ситуациям, что позволяет мотивировать потенциального покупателя, не отягощая его морально



5 ДЕТСКИХ САДОВ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



5 ДЕТСКИХ
САДОВ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ



МИРМИТИНО
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

ПРОСТОРНЫЕ КУХНИ
ДЛЯ БОЛЬШОЙ СЕМЬИ

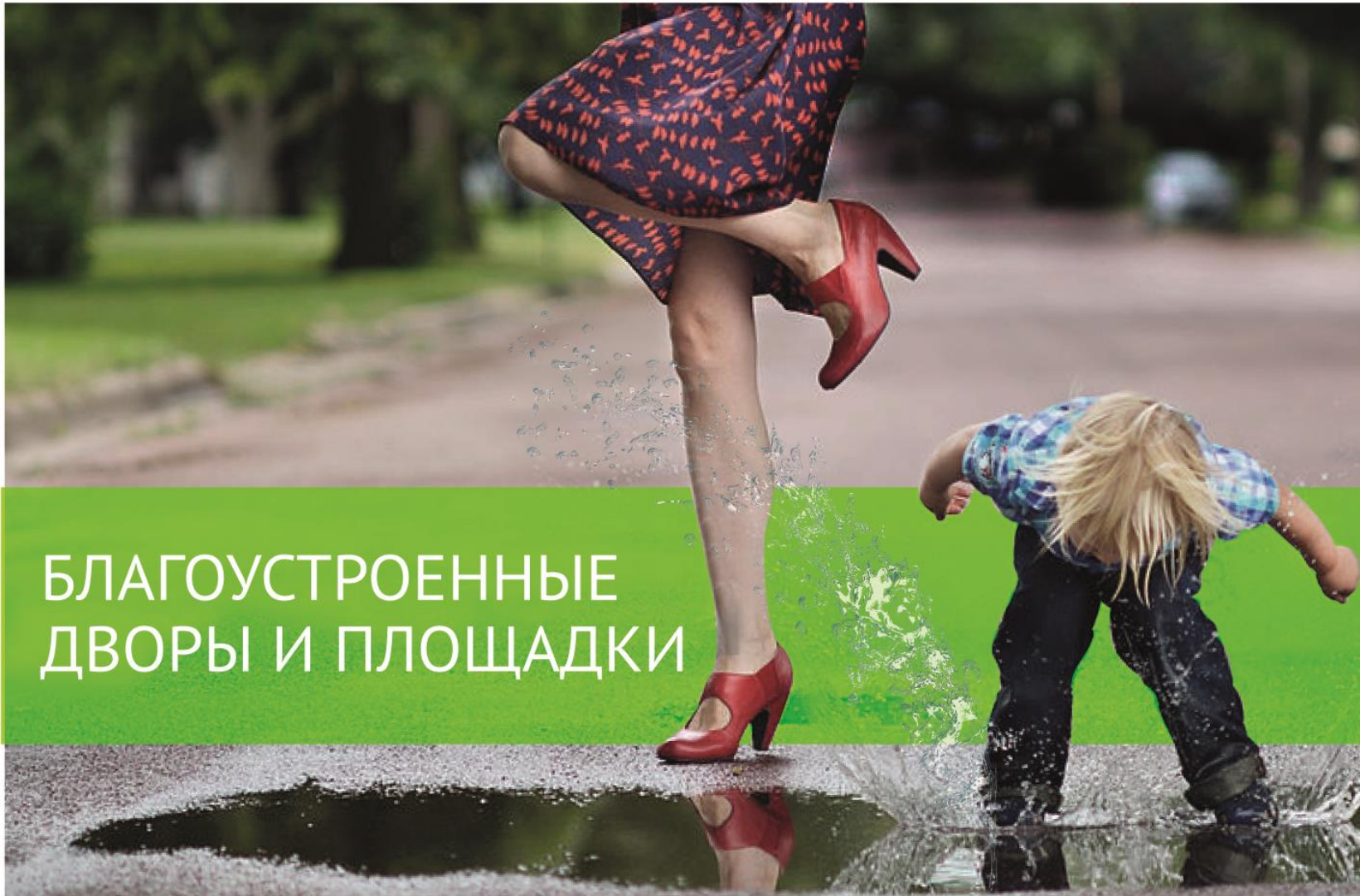
 **МИР МИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



ПРОСТОРНЫЕ КУХНИ
ДЛЯ БОЛЬШОЙ СЕМЬИ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

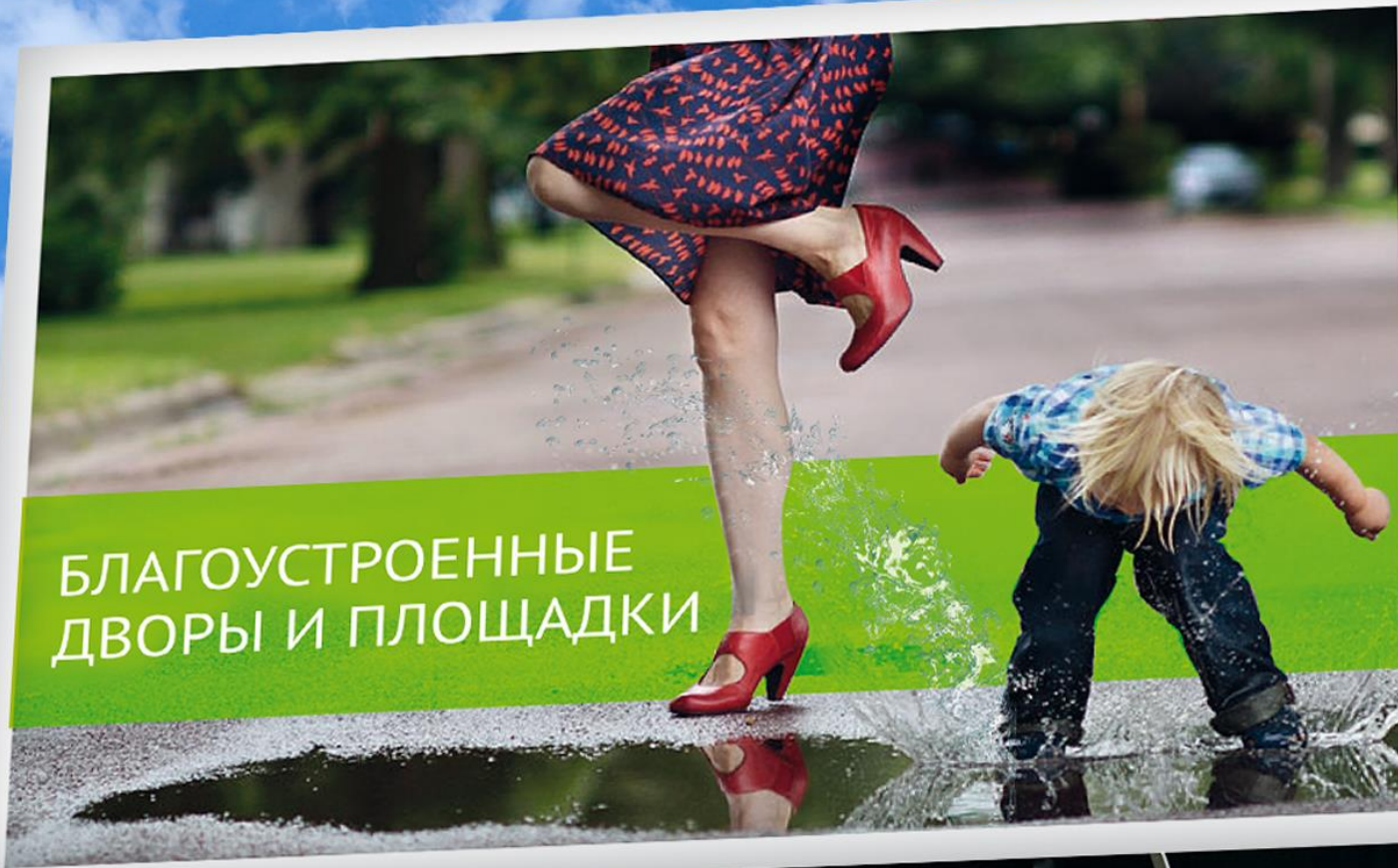
 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



БЛАГОУСТРОЕННЫЕ
ДВОРЫ И ПЛОЩАДКИ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



БЛАГОУСТРОЕННЫЕ
ДВОРЫ И ПЛОЩАДКИ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

КВАРТИРЫ
ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ
ДЕТЕЙ

 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ

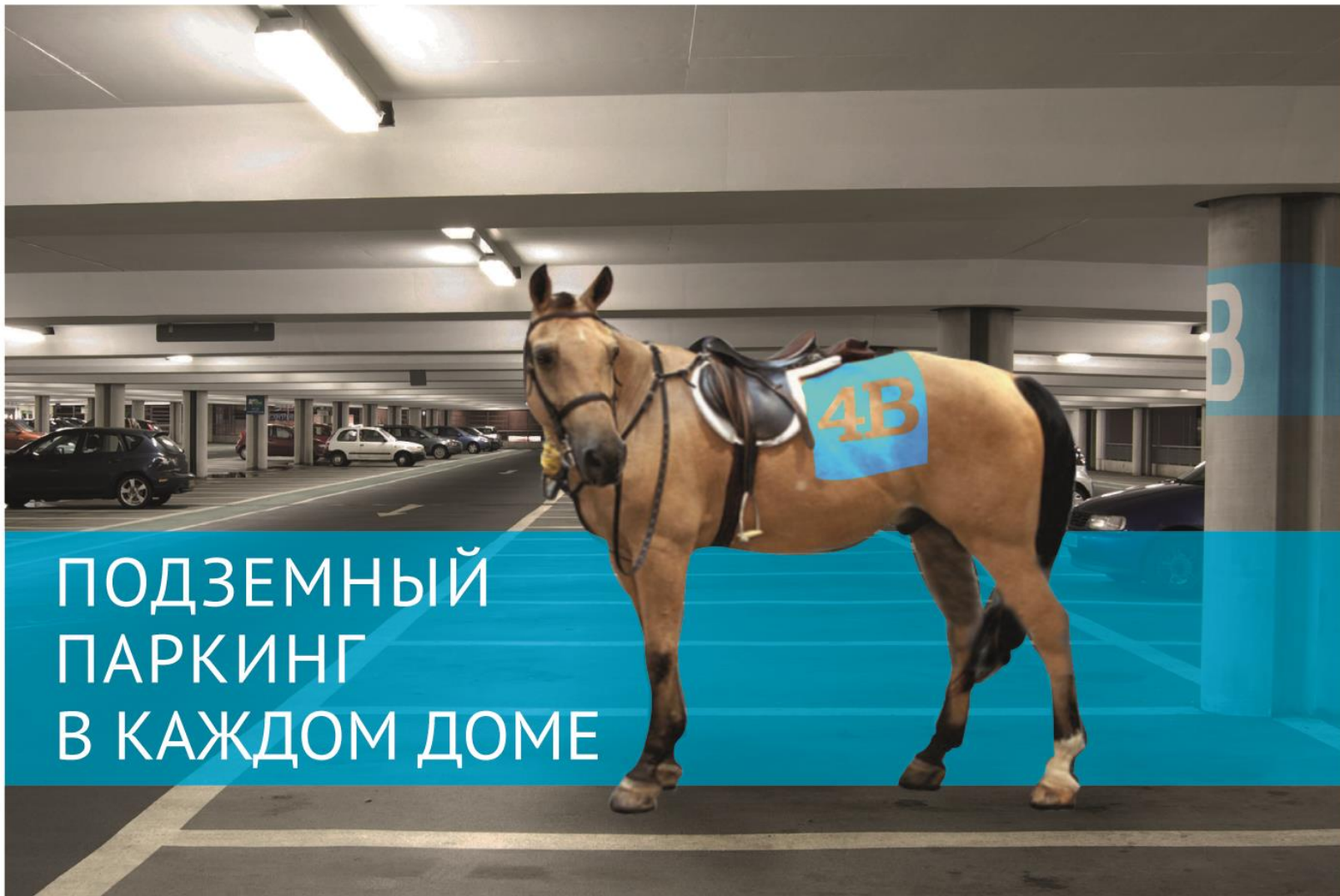


КВАРТИРЫ
ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ
ДЕТЕЙ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ



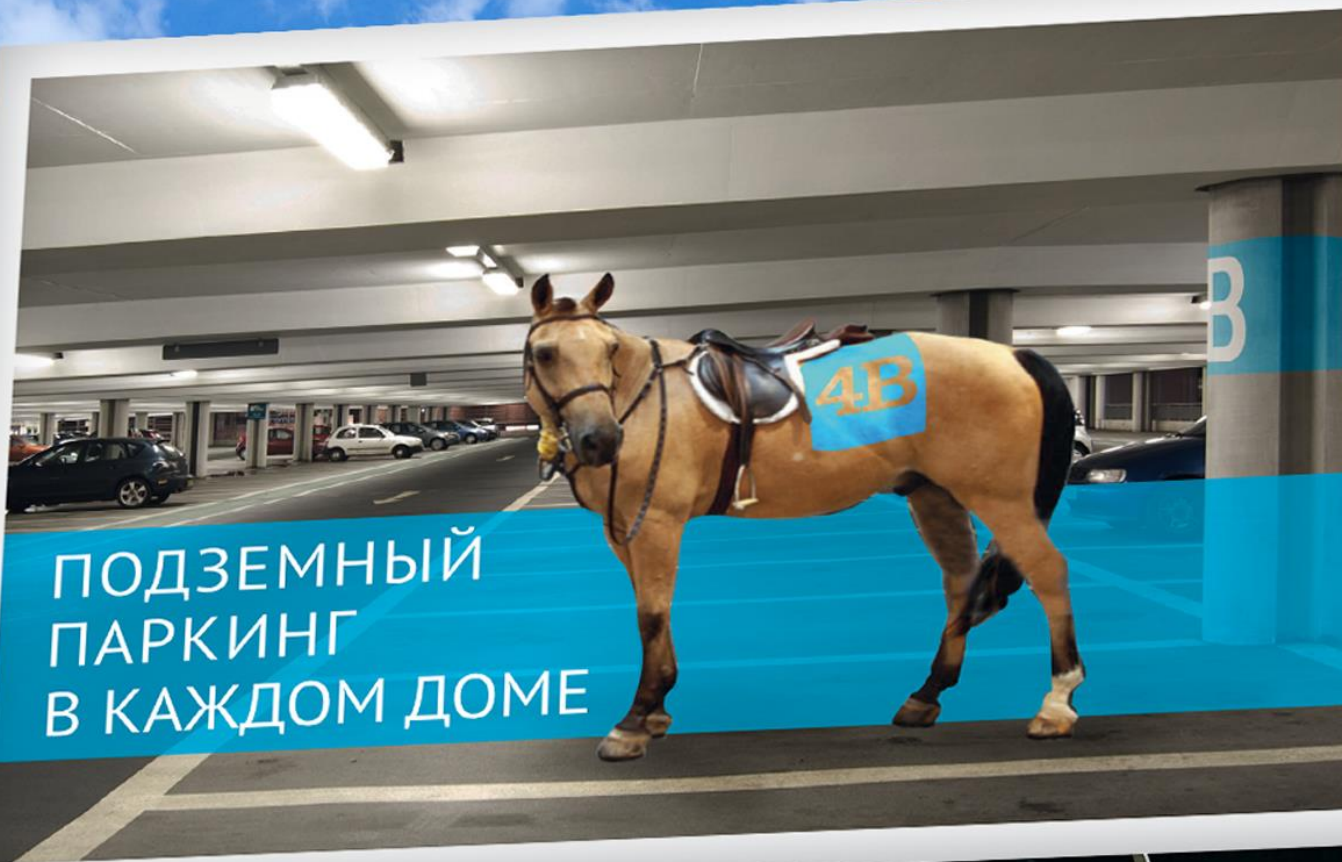
МИРМИТИНО
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

ПОДЗЕМНЫЙ
ПАРКИНГ
В КАЖДОМ ДОМЕ

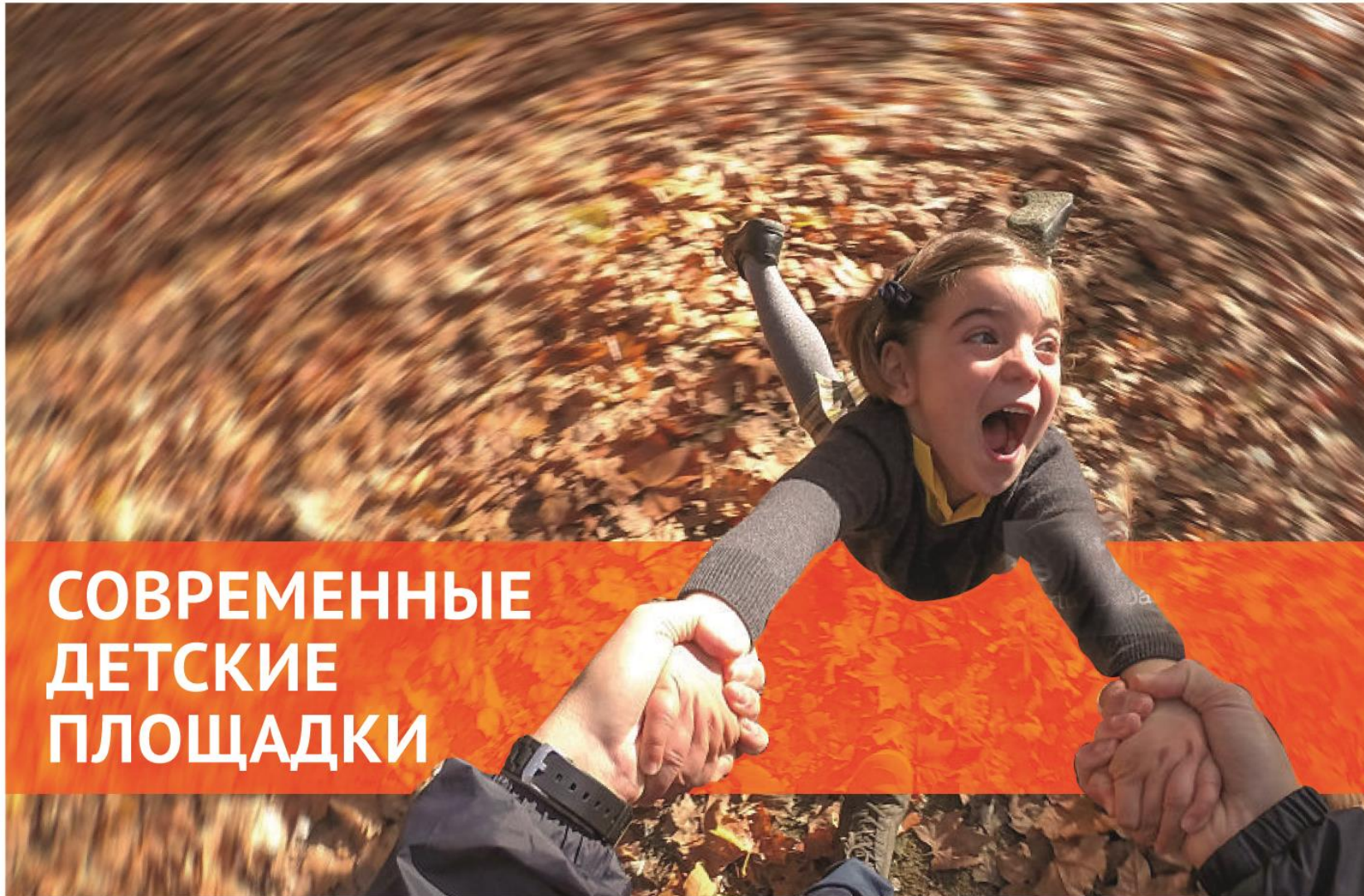
 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



ПОДЗЕМНЫЙ
ПАРКИНГ
В КАЖДОМ ДОМЕ

ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

 **МИРМИТИНО**
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ

СОВРЕМЕННЫЕ
ДЕТСКИЕ
ПЛОЩАДКИ



МИР МИТИНО
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



**СОВРЕМЕННЫЕ
ДЕТСКИЕ
ПЛОЩАДКИ**

**ВСЕ
ХОТЯТ
ЖИТЬ
В МИРЕ**

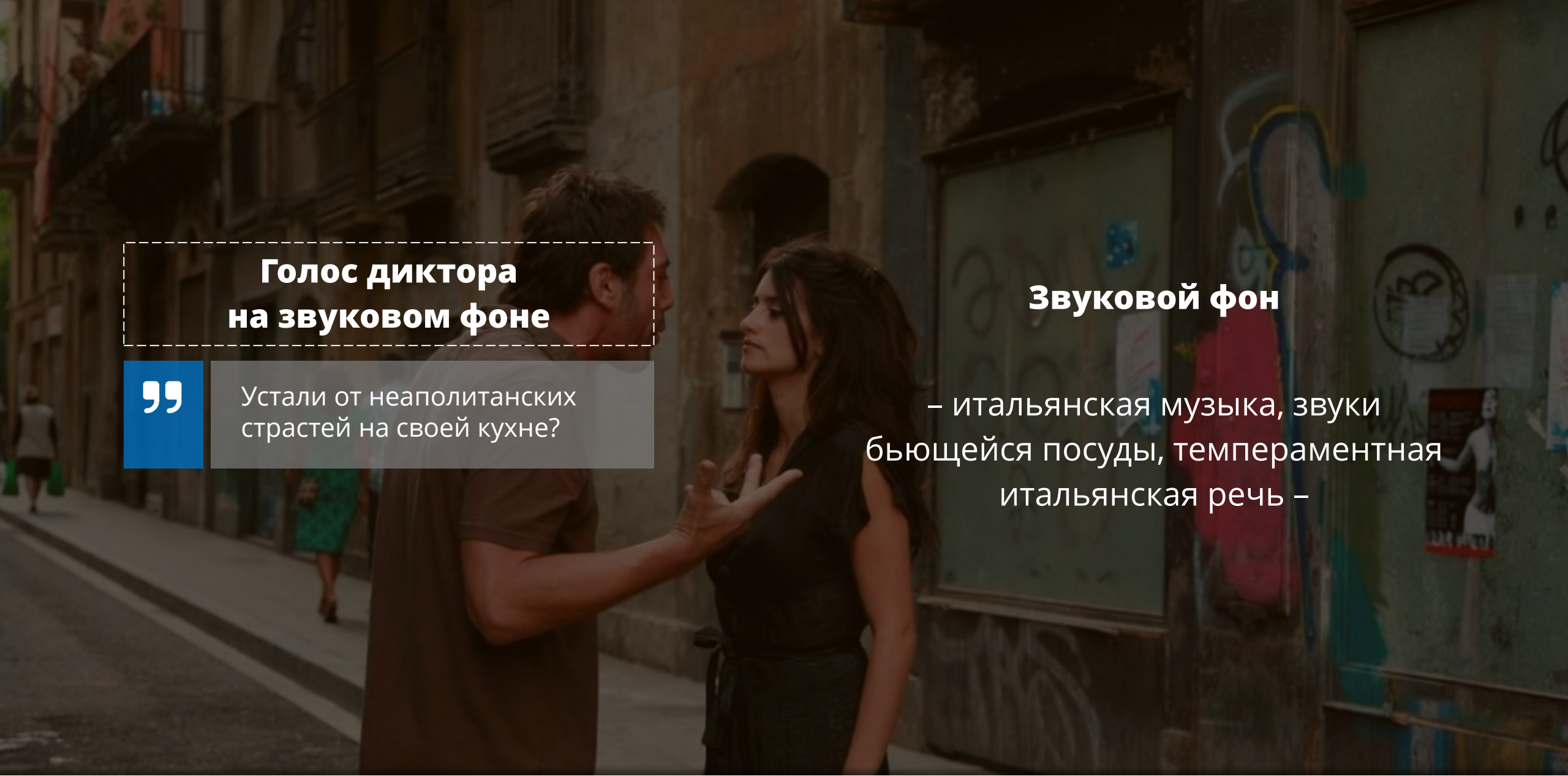


МИРМИТИНО
СЕМЕЙНЫЙ КВАРТАЛ



Возможные сценарии роликов к концепции 1

(Аудио и видео формат)

A man and a woman are standing on a street in Naples, Italy. The man is wearing a brown t-shirt and is gesturing with his hands while talking to the woman, who is wearing a black dress. The background shows a street with buildings and a utility box with graffiti.

Голос диктора на звуковом фоне

”

Устали от неаполитанских страстей на своей кухне?

Звуковой фон

– итальянская музыка, звуки бьющейся посуды, темпераментная итальянская речь –

Резкий обрыв звукового фона – пауза 1 или 2 секунды –



Голос диктора

”

Все хотят жить в мире!

Просторные кухни для большой семьи в новом семейном квартале «Мир Митино» - в пешей доступности от станции метро Пятницкое шоссе, лесопарк и собственная прогулочная зона, детские сады и школы, развитая инфраструктура для всей семьи!



”

Телефон восемь четыреста девяносто пять двести сорок один восемьдесят семь одиннадцать
Проектная декларация на сайте mirmitino.ru