

ВИРТУАЛЬНЫЙ КРАЕВЕДЧЕСКИЙ МУЗЕЙ:

оживляем историю улиц, на которых
рождаются новые дома

Digital-спецпроект для ЖК «Героев»
и ЖК «Столичный»

Совместно с краеведческим музеем
города Железнодорожный
Период: май 2025 по настоящее время

 **ГЛАВСТРОЙ**
РЕГИОНЫ





Во дворе всё начиналось

Летние вечера на скамейке, «вышибалы» у стены, велосипед с чьей-то рукой на спине – «не гони сильно». Соседские коты, бабушки у подъезда, крик: «Мам, я ещё 5 минут!», и общий ключ от домофона, который всегда был у кого-то дома.

Мы жили не просто в квартирах. Мы жили дворами. Эти дворы формировали культуру, добрососедство, укоренённость. Мы знали, где живём – и это было важно.

Сегодня мы строим новые дома. Масштабные. Современные.

Но если хотим, чтобы люди действительно чувствовали себя «дома», мы должны снова научить их чувствовать место.

Именно об этом наш digital-спецпроект – **«Виртуальный краеведческий музей»**.





Цели проекта

Повысить вовлечённость существующих и будущих жителей

через эмоциональное знакомство с районом

Подчеркнуть ценность добрососедства –

через культуру, память, истории

Продемонстрировать экспертность девелопера в формировании не просто кварталов, а среды для жизни

Создать уникальный digital-актив, который можно масштабировать





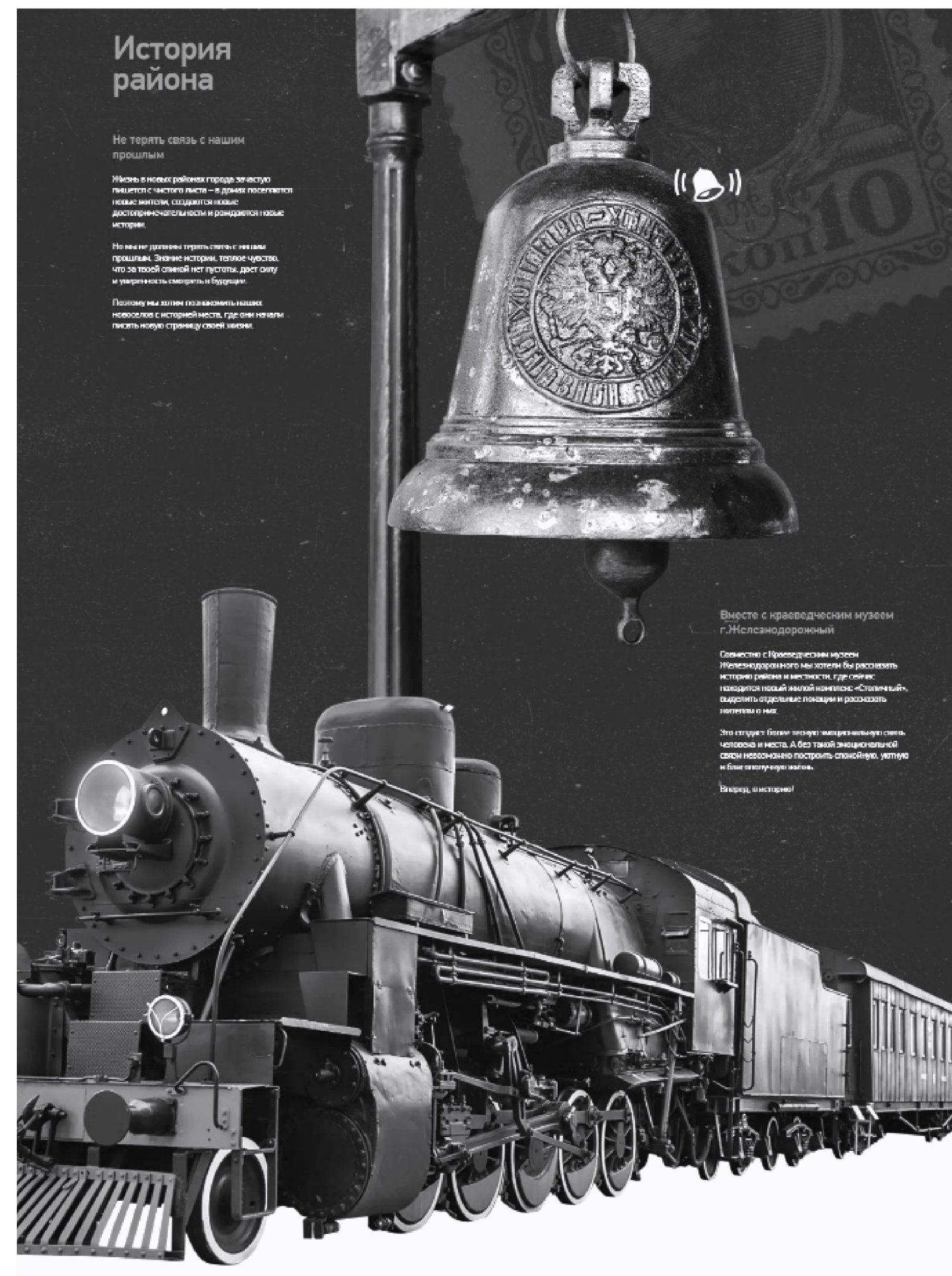
Что было реализовано

- Разработаны **динамичные страницы** на продуктовых сайтах ЖК «Героев» и «Столичный» – отдельный раздел «Виртуальный музей», адаптированный под мобильные устройства

- Совместно с краеведческим музеем Железнодорожного собраны **архивные материалы, фотографии**

- Публикация **интервью с директором музея** – на сайте, в Telegram и ВКонтакте компании

- **Анонсирование проекта** на собственных ресурсах: сайт, Telegram, V Kontakte, доски объявлений в подъездах, офис продаж





Взаимодействие с целевой аудиторией

Кто наша аудитория?

Покупатели комфорт-класса: молодые семьи, с ценностями уюта, стабильности, среды «по душе».

Как мы с ними говорим?

- Через **эмоцию узнавания** – «о, я тоже здесь рос!»
- Через **ценность устойчивости** – «это место не случайно, у него есть корни»
- Через **цифровой, но человеческий формат** – удобно, красиво, по делу





Почему этот проект интересен

- ▶ Он **вызывает чувство** – а не просто сообщает
- ▶ Он **соединяет поколения** – цифровое с архивным, новое с прошлым
- ▶ Он **масштабируем** – формат можно тиражировать на любой новый ЖК
- ▶ Он **развивает локальную идентичность**, а это сегодня – тренд номер один в девелопменте
- ▶ И да – это **просто красиво**. Страницы хочется читать, делиться, обсуждать



Улица Народного Ополчения. История названия

Улица Народного Ополчения
в «Столичном» названа так неспроста.

В её наименовании — память о подвиге жителей округа, которые добровольцами записались в дивизии народного ополчения. Отсюда, из Саввино, в июле 1941 года отправился на фронт отряд ополченцев Балашихинского района. Из него сформировали 3-й батальон 5-го стрелкового полка 2-й дивизии народного ополчения Сталинского района города Москвы.

Штаб формирования располагался в поселке Кучино. Ополченцы проживали в Саввинском клубе, в бараке, где проходили курс молодого бойца. Обучаться новоиспеченным солдатам пришлось на деревянных ружьях, поскольку настоящее оружие приходилось экономить.



Почему это работает

Закрываем глубокие инсайты аудитории

Людям важно чувствовать связь с местом, в котором они живут.

Проект помогает не просто узнать историю района, а почувствовать её частью своей новой жизни. Это особенно ценно в массовом сегменте, где жители ищут точку опоры, ощущение «дома», а не просто квадратные метры.

Креативный формат: музей – но digital

Ожидаемый формат превращается в digital-опыт. Мы взяли понятную всем форму – краеведческий музей – и сделали её частью клиентского digital-пути. Это вызывает доверие, вовлекает и выделяет проект на фоне обычного маркетингового контента девелоперов.

UGC-потенциал и триггер воспоминаний

Публикации вызывают личный отклик – «я помню», «я был тут», «мы жили рядом».

Люди начинают делиться историями, комментировать, вовлекаться в обсуждение. Аудитория легко примеряет истории улиц на себя – и в этот момент новостройка перестаёт быть «чужой».





Социальное партнерство как точка доверия

Сотрудничество с краеведческим музеем

Мы не просто использовали архивные данные – мы вступили в живой диалог с городом.

Совместная работа с краеведческим музеем Железнодорожного дала проекту историческую достоверность, глубину и уважение к локальному контексту.

Экспертное мнение как усиление доверия

На этапе запуска проекта мы опубликовали интервью с директором музея. Это не просто информационный повод – это голос авторитета, который поддерживает инициативу девелопера и усиливает её ценность в глазах аудитории.

Пример устойчивого девелопмента

Такой формат партнёрства – это новая форма ESG-коммуникации в недвижимости: мы не вторгаемся в город, а вписываемся в его культурную ткань.

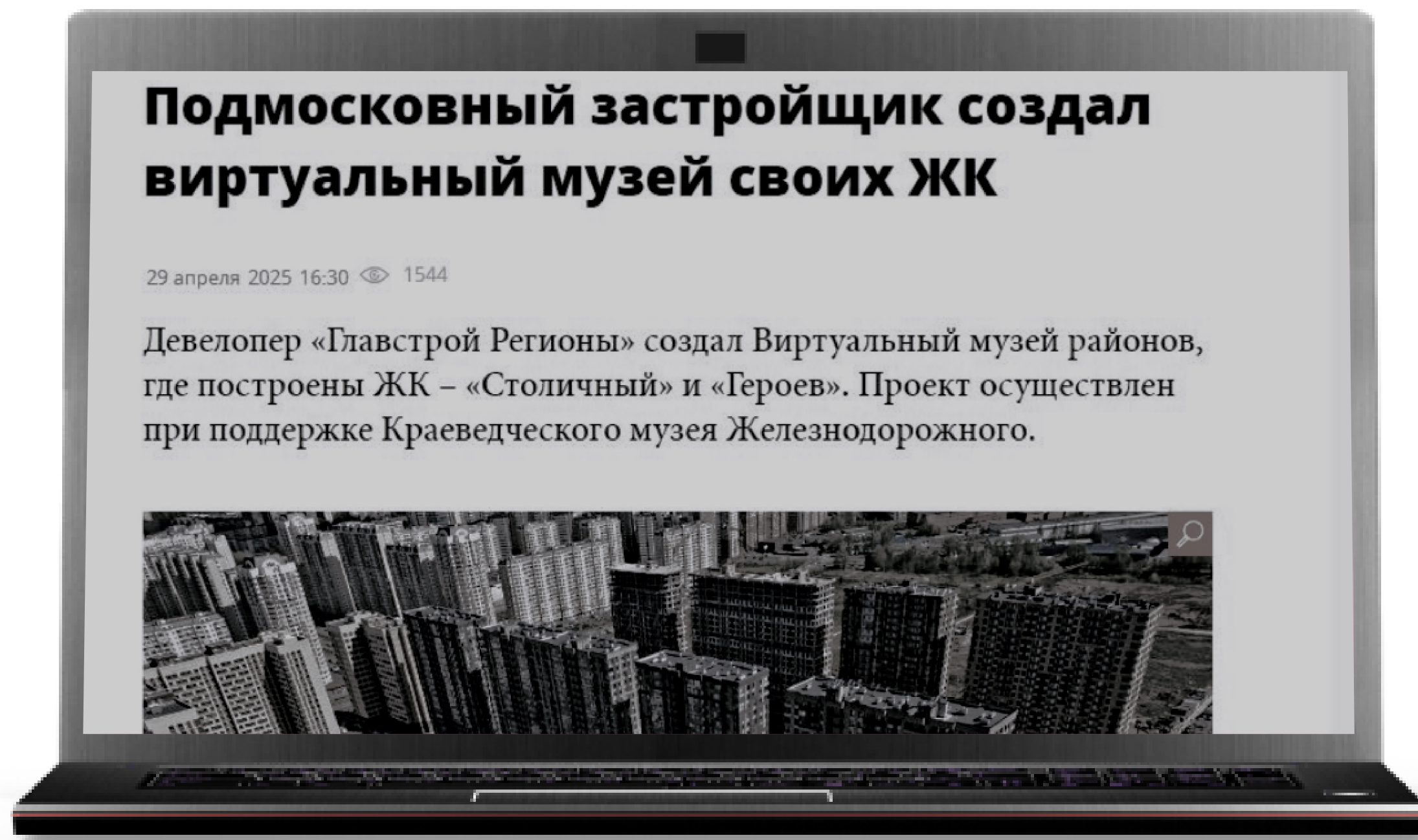
Это закладывает доверие не только к проекту, но и к бренду в целом – как к ответственному и уважающему контекст застройщику.





Проект получил широкое признание и общественную поддержку

Виртуальный краеведческий музей стал не просто ярким digital-элементом продуктовых сайтов ЖК «Героев» и ЖК «Столичный», но и значимым культурным событием: инициатива была поддержана городским краеведческим музеем, анонсирована Министерством жилищной политики Московской области и отмечена в ряде локальных СМИ и пабликов.



ИТОГ

Виртуальный краеведческий музей – это:

- Точка соприкосновения с историей
- Инструмент формирования локальной общности
- Цифровой способ выстроить эмоциональный мост между «тут было» и «тут будет»

Мы не просто строим кварталы.

Мы вплетаем их в ткань города.

