

Номинация: Позиционирование. Рекламная кампания

CITYZEN

МУЛЬТИКВАРТАЛ

MR



О проекте

Мультиквартал CITYZEN — новый жилой проект от MR в историческом районе Покровское-Стрешнево в 3 минутах от метро «Тушинская».

Полноценный город в городе с богатой инфраструктурой, ритейл- и офисным-кластером, в окружении парков и водных объектов.

MR



Ситуация в момент вывода

- Нулевое знание проекта
(старт продаж только в марте 2024 года, при этом +136 новых брендов в этот же период вышло на рынок — визуальная слепота ЦА)
- Высокая конкурентная среда
(7 конкурентов в ближайшем окружении)
- Низкое знание бренда застройщика в сравнении с конкурентами (MR Group в 8 раз менее известен, чем Донстрой, и в 4 раза менее, чем ФСК — основные конкуренты)
- Ограниченность бюджета

MR



Задача

- Разработать новую яркую рекламную кампанию для малоизвестного проекта, подсветив его смыслы, и выделиться из рекламного кластера
- Использовать нестандартный способ реализации креатива для недвижимости
- Спланировать и реализовать грамотный медиаплан



Целевая аудитория

MR

Ядро



Молодые семьи

25-35.
Покупка жилья связана с мечтами о будущей жизни вместе. Это дом для новой семьи. Место, где будут расти дети.



Бизнес-оптимисты

МЖ, 30-45.
Предприниматели, бизнесмены, трейдеры и пр., которые находят потенциал для развития дела в любой макроэкономической и политической ситуации.



Жители Северо-запада
Москвы

30-55.
Продают вторичное жилье. Стремятся повысить уровень жизни там, где родились и выросли.



Инвесторы

МЖ, 40-55.
Приобретают на старте с целью вложить средства, затем выйти из проекта на высокой стадии готовности или сдавать в аренду .

CTZN

Основная идея бренда

MR

CITYZEN – территория для жизни, в которой
объединяются три уникальных составляющих

ГОРОД

ПРИРОДНАЯ ГАРМОНИЯ

**СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ
ГОРОДСКОГО ЖИТЕЛЯ**

CTZN

Основная идея бренда

Отражена в самом названии проекта

CITY

ZEN

CITIZEN

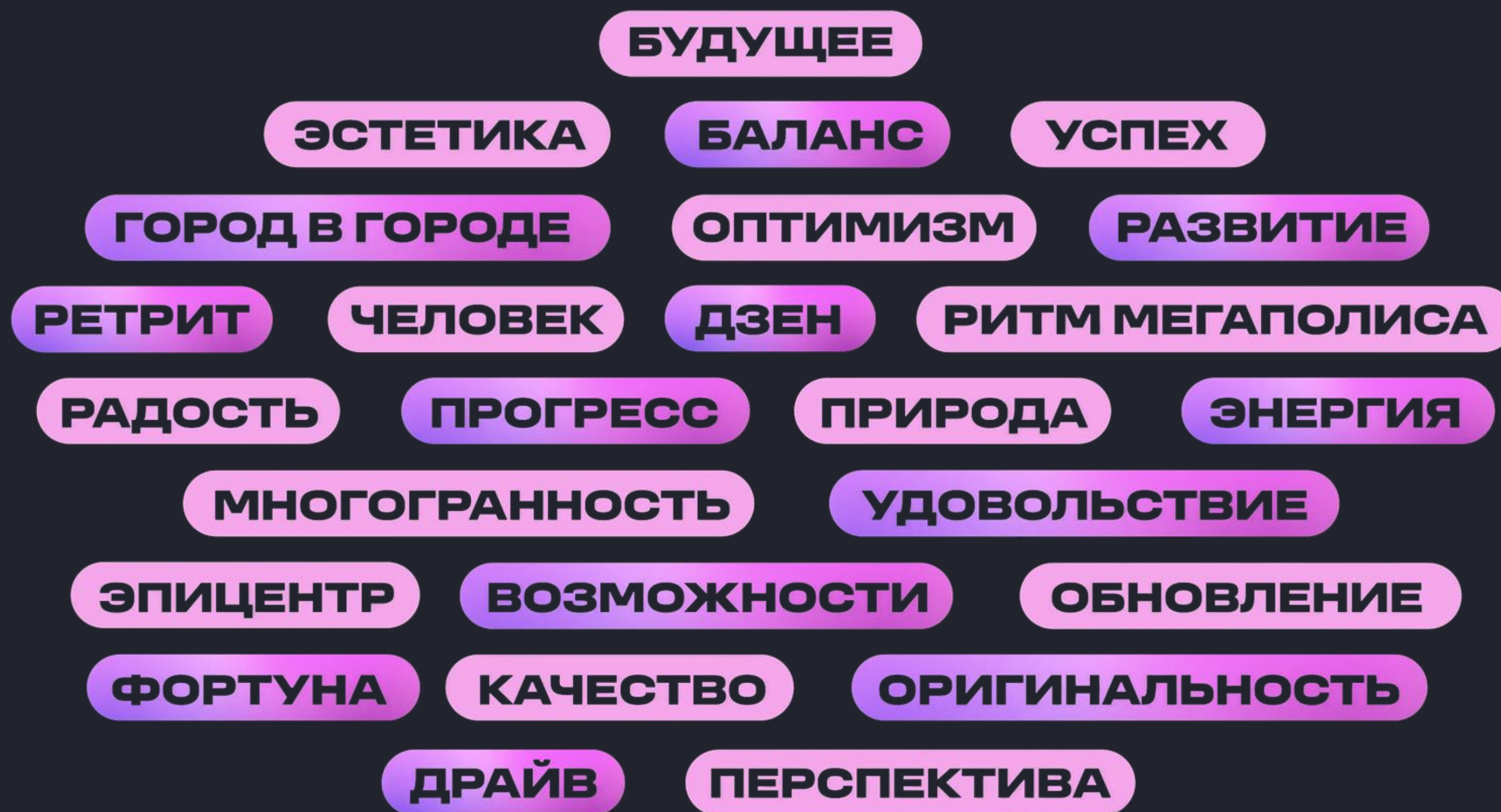
ритм
мегаполиса

баланс жизни,
природный дзен

человек,
житель



- Кампания основывается на 25 уникальных смыслах проекта, адресованных широкой аудитории: ретрит, прогресс, дзен, развитие и т. д.
- На их основе были разработаны анимированные герои при помощи многочисленных инструментов и алгоритмов AI в течение нескольких месяцев, чтобы добиться максимально возможной натуральности персонажей.
- Каждый из персонажей является отдельной виньеткой и может быть использована как самостоятельный продукт, так и в совмещении с другими героями.
- Данное решение являлось нестандартным для кампаний девелоперов в моменте выхода кампании в эфир в сентябре 2024 года, что сильно выделило проект из конкурентов.



25 AI-героев

MR



CTZN

Примеры макетов

MR

УДОВОЛЬСТВИЕ



CITYZEN

РАССРОЧКА 0%
М. ТУШИНСКАЯ, 3 МИНУТЫ

MR



ЭНЕРГИЯ

CITYZEN

РАССРОЧКА 0%
М. ТУШИНСКАЯ, 3 МИНУТЫ

CITYZEN

РАССРОЧКА 0%
М. ТУШИНСКАЯ, 3 МИНУТЫ

ПРОГРЕСС



MR

ЗАСТРОЙЩИК ООО «СЗ «С-ДЕВЕЛОПМЕНТ», «СИТИЗЕН», «МР ГРУПП. ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ ДОМ.РФ.
АО «БАНК ДОМ.РФ». РАССРОЧКА ОТ РАСТРОЙЩИКА. ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ MR-GROUP



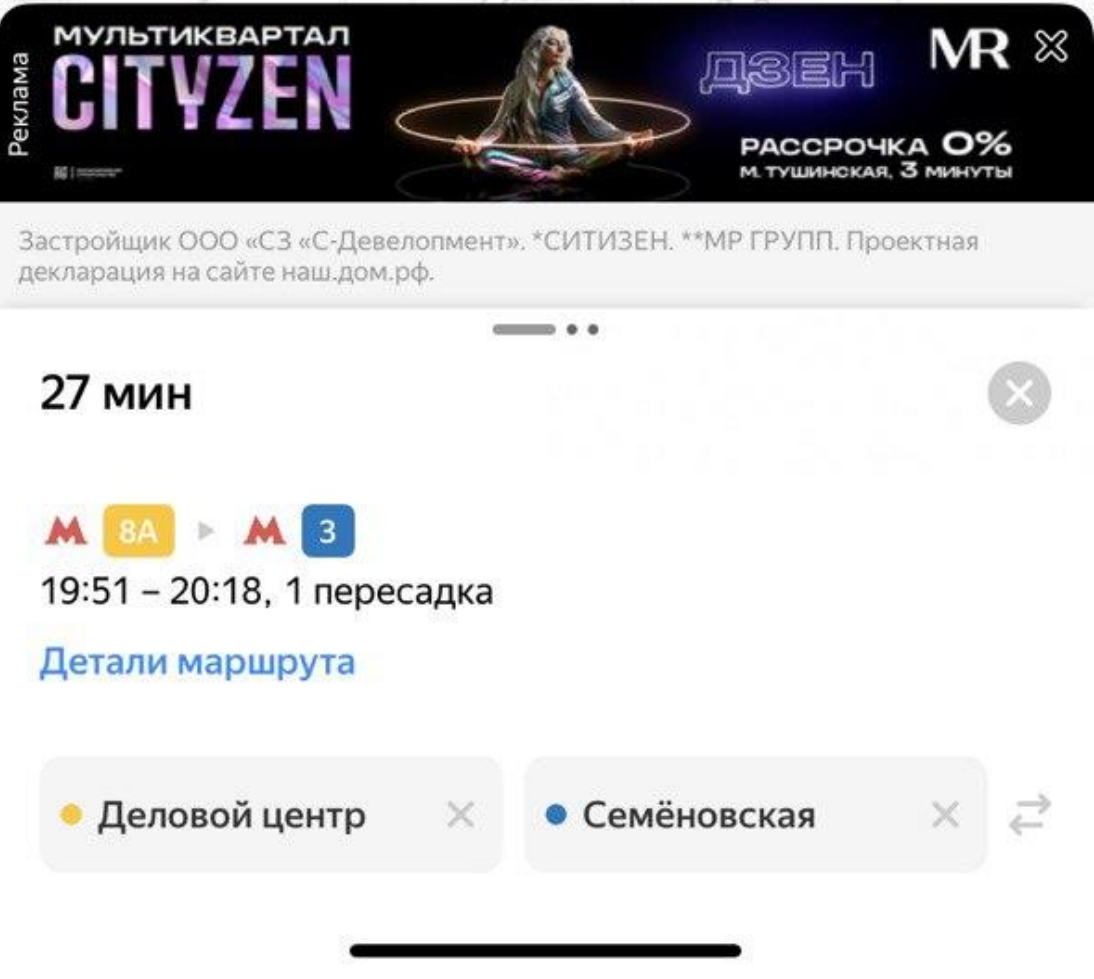
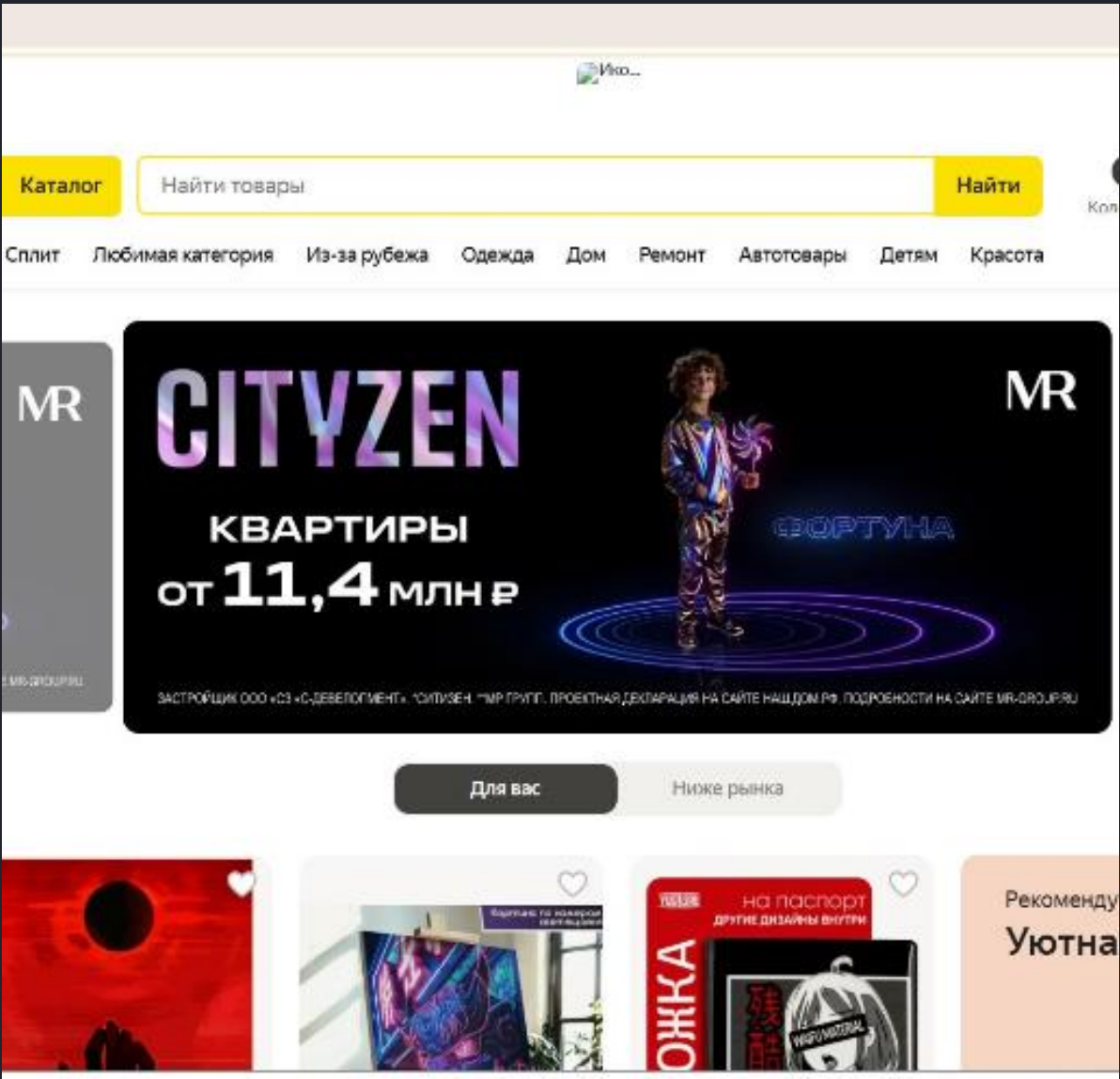
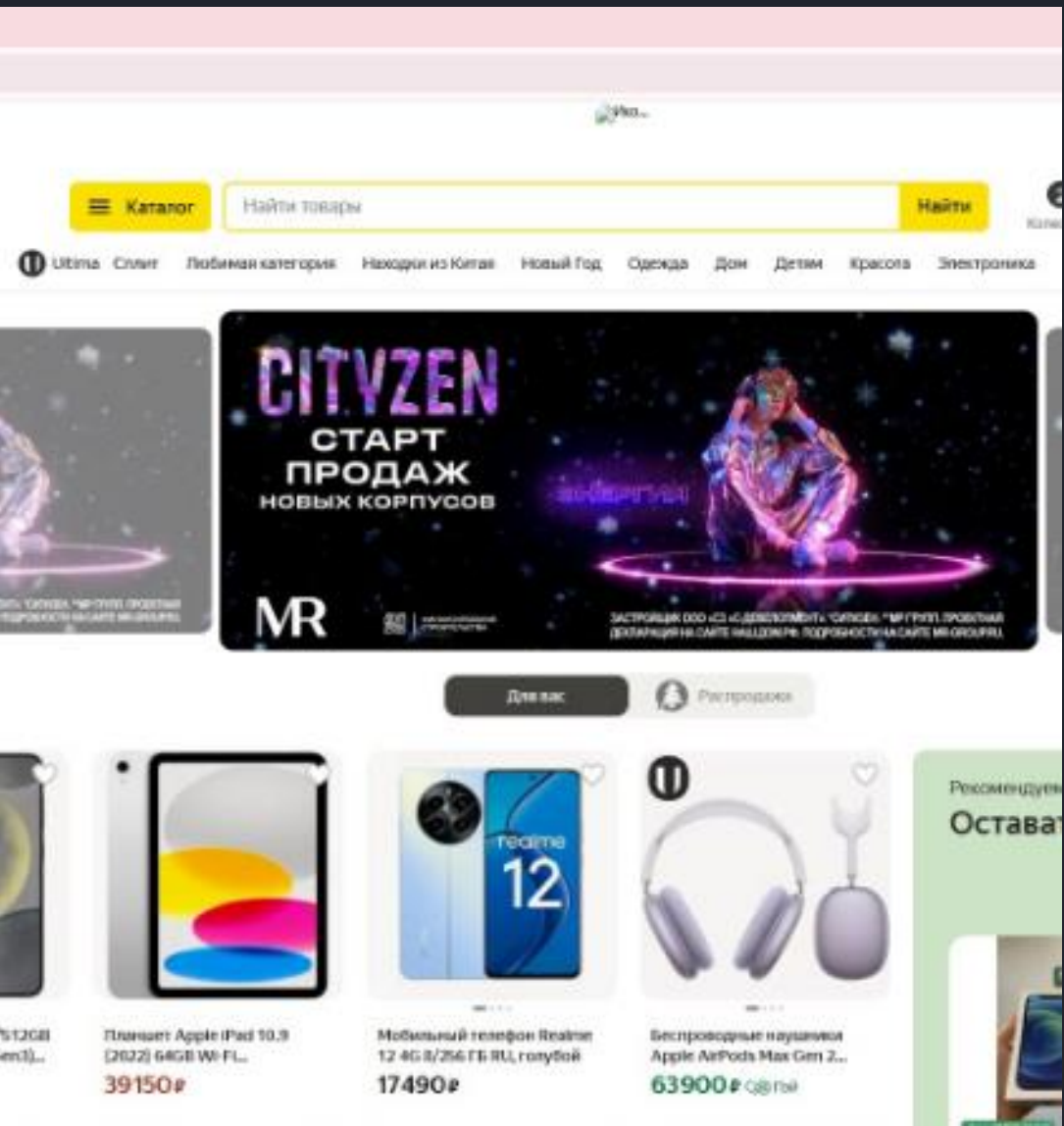
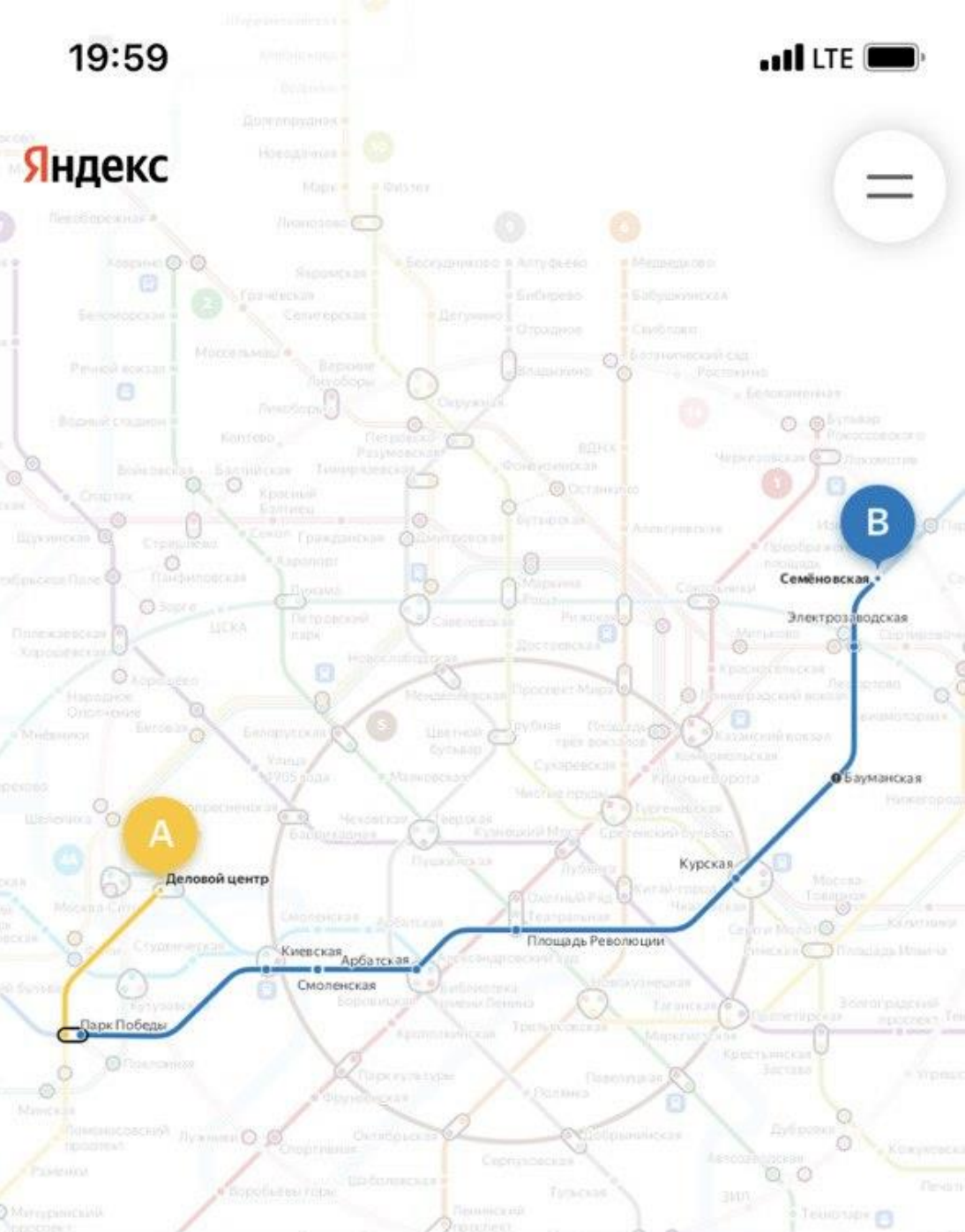
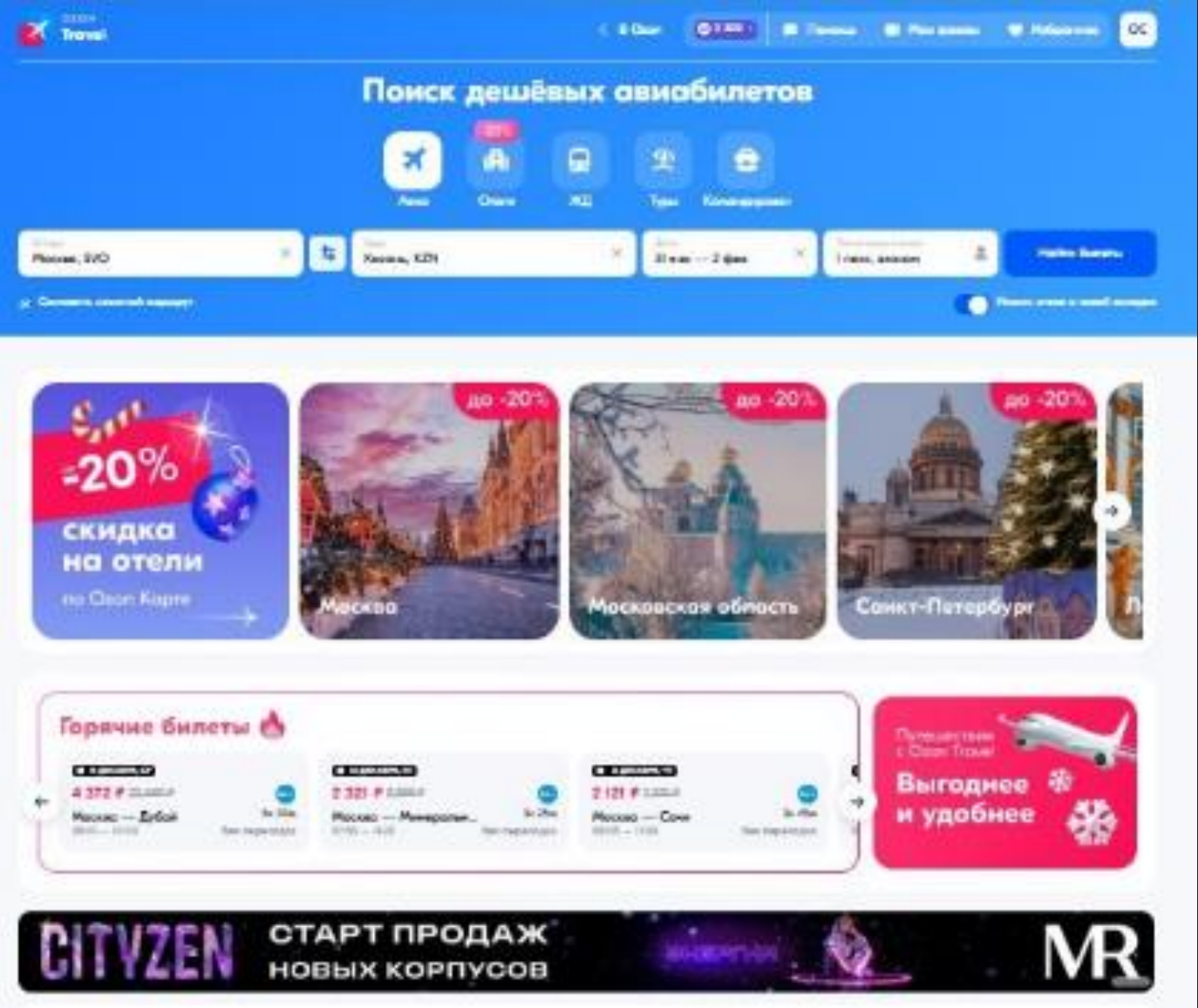
ФИНАНСИРОВАНИЕ
СТРОИТЕЛЬСТВА

- Выбор охватных каналов (ООН & Digital & Digital TV), как главных каналов коммуникаций с целевой аудиторией. А так же более точечные – Метро и Кинотеатры.
- Грамотное ежемесячное медиапланирование, включая различные форматы и большие фасады по всему городу и области.
- География охвата: Москва и МО

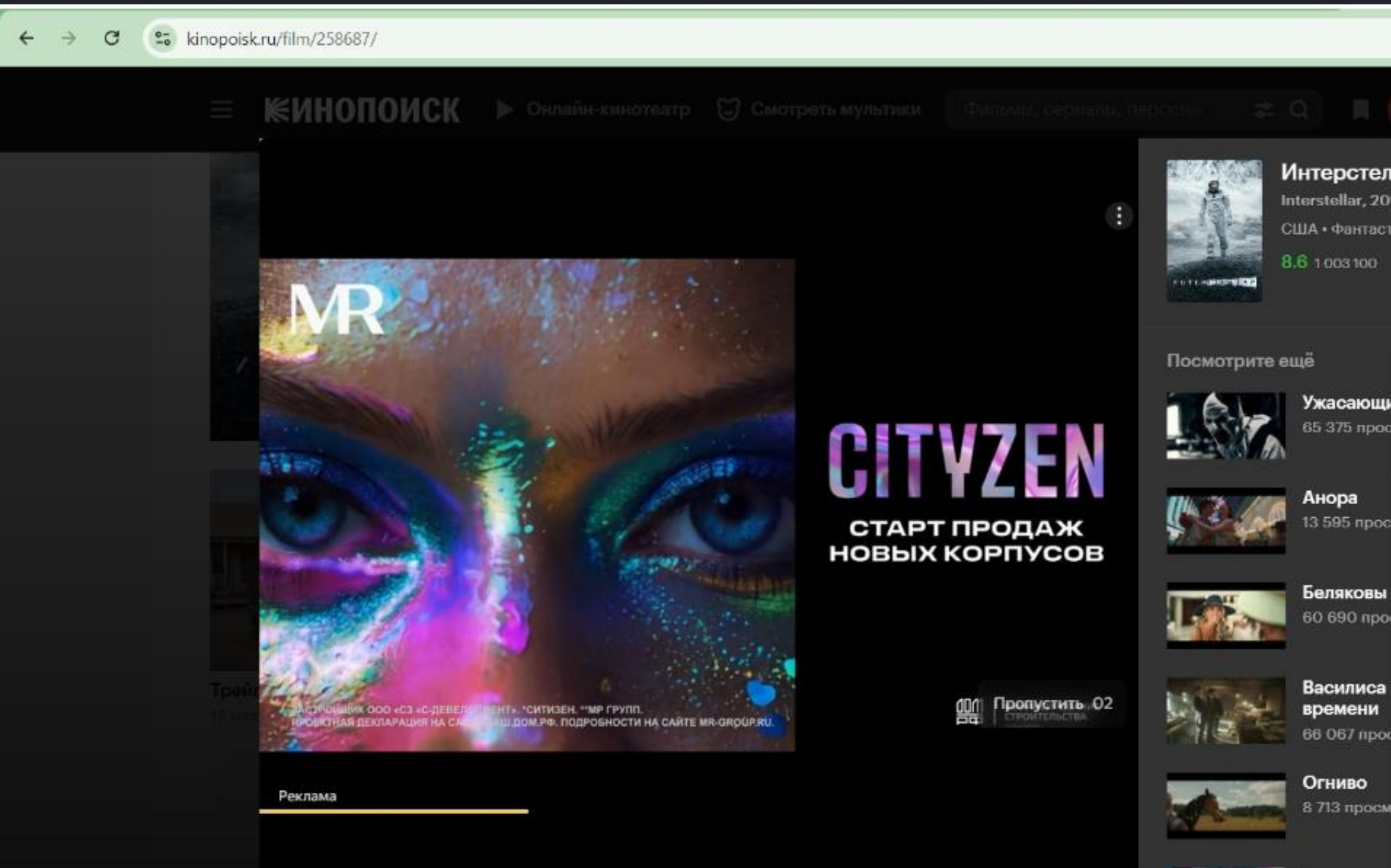
ООН



DIGITAL



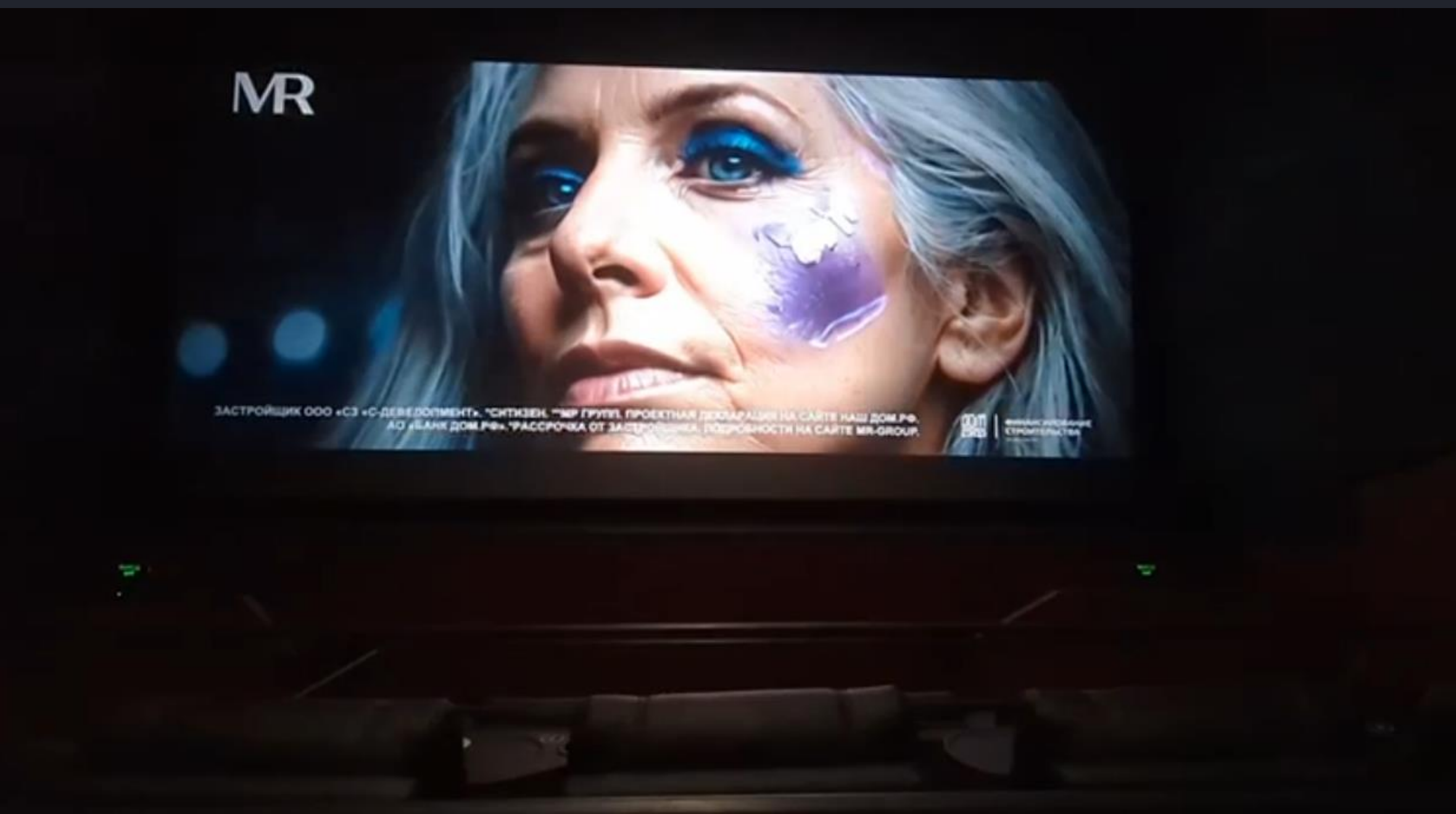
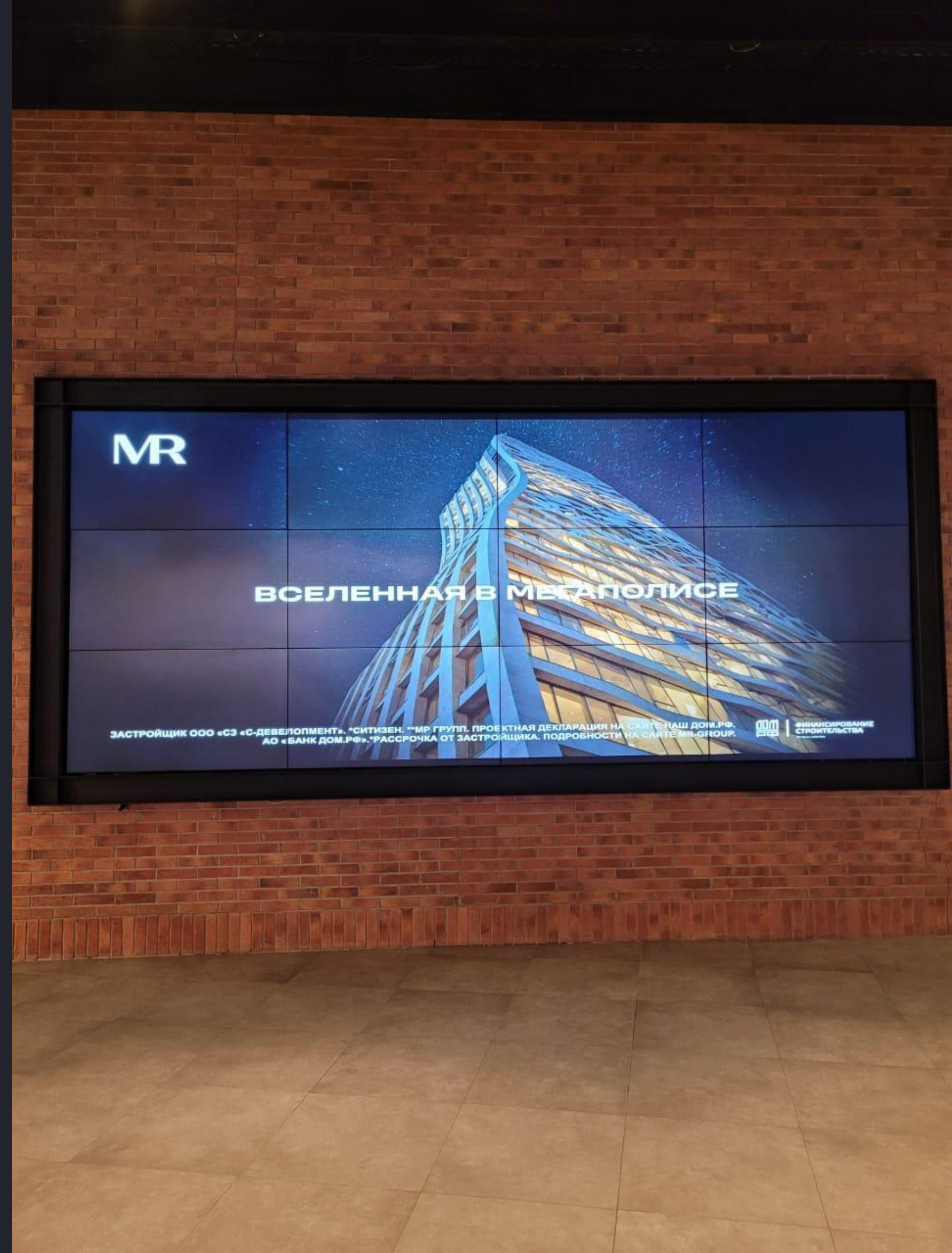
DIGITAL TV



Метро



Кинотеатры



Результаты

MR

1 100+

суммарное количество упоминаний
в SMM с момента выхода кампании в
эфир

Менее, чем за 1 год

проект стал узнаваемым, т.к. появился в
группе по бренд-знанию по итогам 2024
года по данным агентства ORO

Топ-1

по среднему значению охвата ООН
среди основных конкурентов
(по данным Admetrix)

По итогам 2024

проект CITYZEN перевыполнил
годовой план продаж

4 место

среди проектов MR Group
по бренд-знанию по итогам 2024 года

59% охвата

населения Москвы. То есть бренд
увидели более половины населения
столицы 18+
(по данным Admetrix, канал — ООН)

CTZN



MR