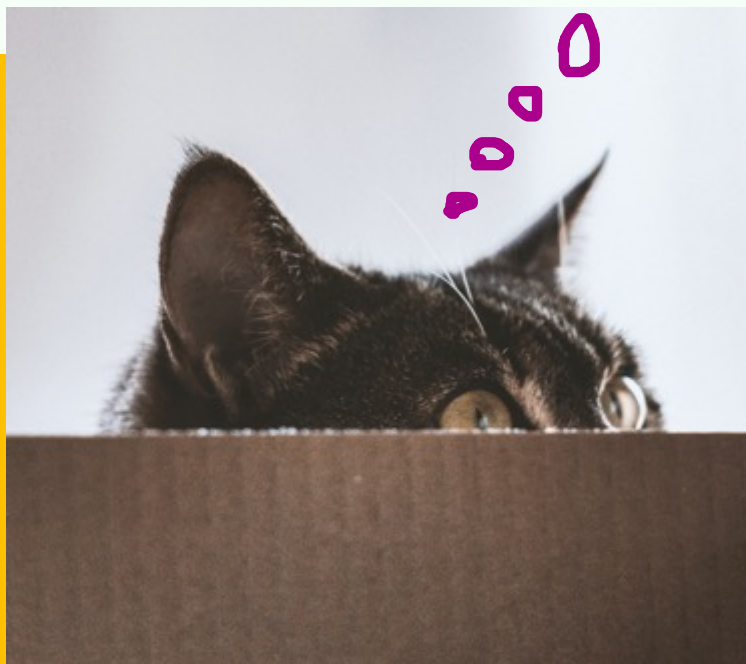


MEW
NEW?

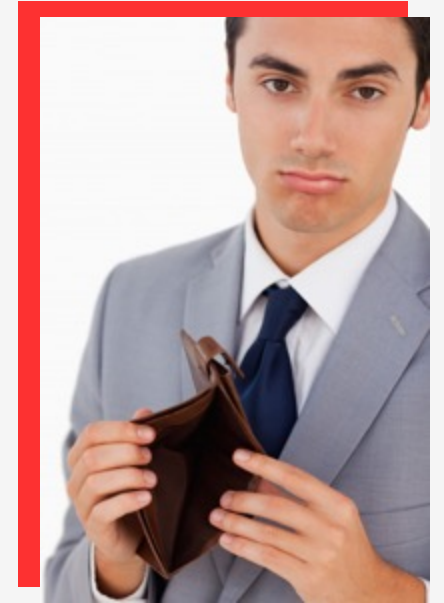
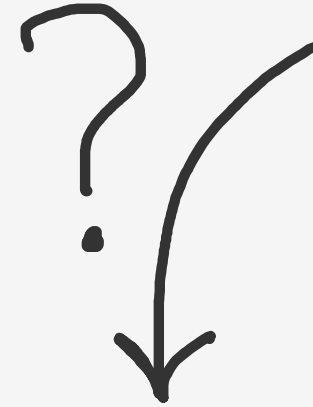


Корпорация Девелопмент-Юг совместно с креативным агентством Sichkar group разработали принципиально **новую механику презентации** домов на этапе стройки.

Это позволило ярко продемонстрировать преимущества с минимальными затратами и без необходимости работы персонала на объекте.

Проблемы:

- Цена на недвижимость в регионах несоизмеримо меньше, чем в Москве и Санкт-Петербурге, поэтому увеличение маркетинговых бюджетов ведет к увеличению стоимости метра. **Даже минимальная разница в цене за квадратный метр** может стать причиной выбора недвижимости конкурента;
- Застройщики, как правило, оформляют презентационные квартиры или не оформляют их вообще. Стройка с мусором, шумом и запахами **не позволяет посетителю сформировать видение** конечного объекта;
- У компании не всегда есть возможность отправить посетителя в сопровождении сотрудника, зачастую посетителям приходится самим прокладывать маршрут к демонстрационным квартирам.



Задача:

Разработать офлайн механику, включающую в себя функции формирования логистики, коммуникации с застройщиком, а также эмоциональные точки контакта. **Демо-путь должен функционировать вне зависимости от сезона и количества посетителей на стройке вплоть до момента сдачи объекта.**

Бюджет на реализацию: 560 000 Р





Решение

Разработать универсальный инструмент презентации и продажи продукта, который позволит по-новому продемонстрировать преимущества объекта с использованием свободных площадей стройки, а также будет воздействовать сразу на несколько органов чувств посетителя (зрение, слух, осязание, обоняние) и **презентовать объект без сопровождения агента** или сотрудника компании.

Демо-путь имеет длительный цикл жизни благодаря использованию в оформлении легких и износостойких конструкций: панно из ПВХ, граффити и выносные вывески на кронштейнах, антивандальные декорации, и пр. Демо-путь будет работать до момента завершения этапа строительства объекта и перехода к косметическому ремонту демо-площадей.

Как появилась идея создать демо-путь?

Рынок Астрахани не наводнен предложениями комфорт+ и бизнес, поэтому людям сложно понять, за что они платят, и поверить, что все, о чем рассказывает риелтор, будет действительно реализовано.

Чтобы уже на этапе стройки показать преимущества и начинку ЖК, решили создать демо-путь - "экскурсию" в будущий дом.





Сценарий демо-пути

Демо-путь - это пользовательский маршрут, который погружает потенциального покупателя в детали по мере знакомства с домом. Даже при индивидуальном посещении без сопровождения он должен "продавать" и ответить на 3 главных вопроса покупателя:

- Зачем мне это надо?
- Чем вы отличаетесь от других?
- Чем докажете?

Идея

Так как ЖК Центральный на тот момент был самой высокой постройкой Астрахани, а название говорило о выгодном расположении, было принято решение в основу идеи вложить высоту: высоту дома, высокие стандарты качества и высокое положение его жильцов.





В демо-пути были задействованы механизмы **визуального, аудиального** и **тактильного** восприятия посетителя.

При этом материалы не перегружены информацией и позволяют воспринимать преимущества на рациональном и эмоциональном уровне.



Погружение в демо-путь начиналось с креативного копирайта и общего представления ЖК.

Далее точкой притяжения стала карта Астрахани "с высоты птичьего полета" - на ней был отмечен ЖК Центральный и все объекты инфраструктуры вокруг, чтобы не использовать стандартные клише "все нужное рядом", а сразу привести доказательства. Карта украшена миниатюрными деревьями и акриловыми деталями.

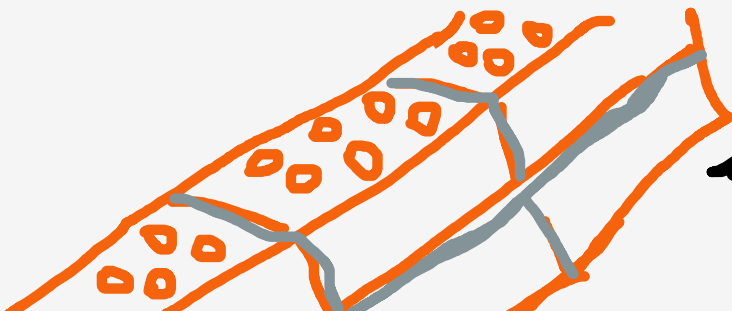


По мере рассказа о ЖК важно было создать чувство сопричастности

Для этого был разработан простой интерактив - стал популярен даже среди риелторов, которых стройкой не удивишь.

Каждый посетитель демо-пути мог оставить "частичку себя" в настоящей кирпичной кладке. Для этого надо было подписать специальную карточку (люди писали свои желания, мечты, оставляли свои имена и признания в любви) и уложить ее под кирпич в настоящей кладке.

Стена, сложенная посетителями демо-пути останется в ЖК и после его сдачи как декоративный элемент.





Чтобы разрядить информационное насыщение и подготовить посетителя к главному - знакомству с квартирами, на лестнице расположилось граффити с изображением жирафа - он был настолько высоким, что "стоял" на первом этаже, а голова была на втором.

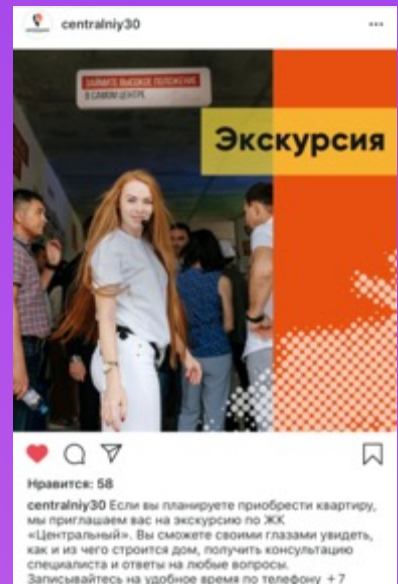


Презентационные квартиры были оформлены в стиле **двумерной иллюстрации**. Это стимулировало дополнительный интерес посетителей, позволяло продемонстрировать варианты обстановки и выгодно подавало квадратуру - ведь при ощущении полностью обставленной квартиры посетитель видел еще и **множество свободного места**.

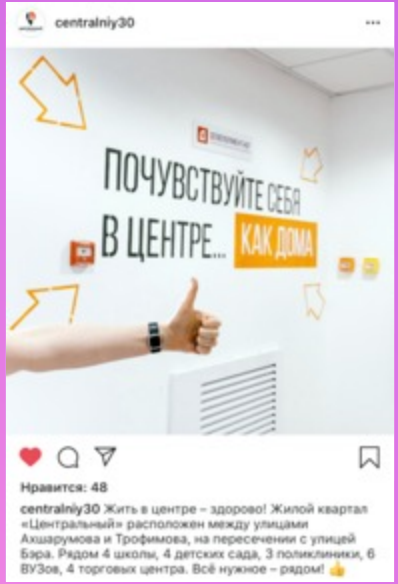
Чтобы усилить впечатление о квартирах, в каждой звучал **аудио спектакль**: посетители слышали голоса жильцов квартиры, которые обсуждали бытовые вопросы и радовались переезду в просторный и удобный Центральный.

Завершающим **wow-моментом** стала ароматизация квартир: ароматы кофе, выпечки и ванили создали особый уют. (При этом это самые сильные запахи в аромамаркетинге, которые помогают стимулировать желание обладать продуктом).





share



Like

Social media

После официальной презентации с представителями компании, работой ведущего и фуршетом, демо-путь стал открыт к посещению не только в компании с сотрудниками офиса продаж ЖК, но и с любимыми риэлторами, работающими в городе.

По итогам презентации на демонстрацию своим клиентом в тот день записалось более 30 агентов по недвижимости.

конверсия из звонков
во встречи выросла в

2,5
раза

продажи выросли на

32%



Механика и инструменты демо-пути:

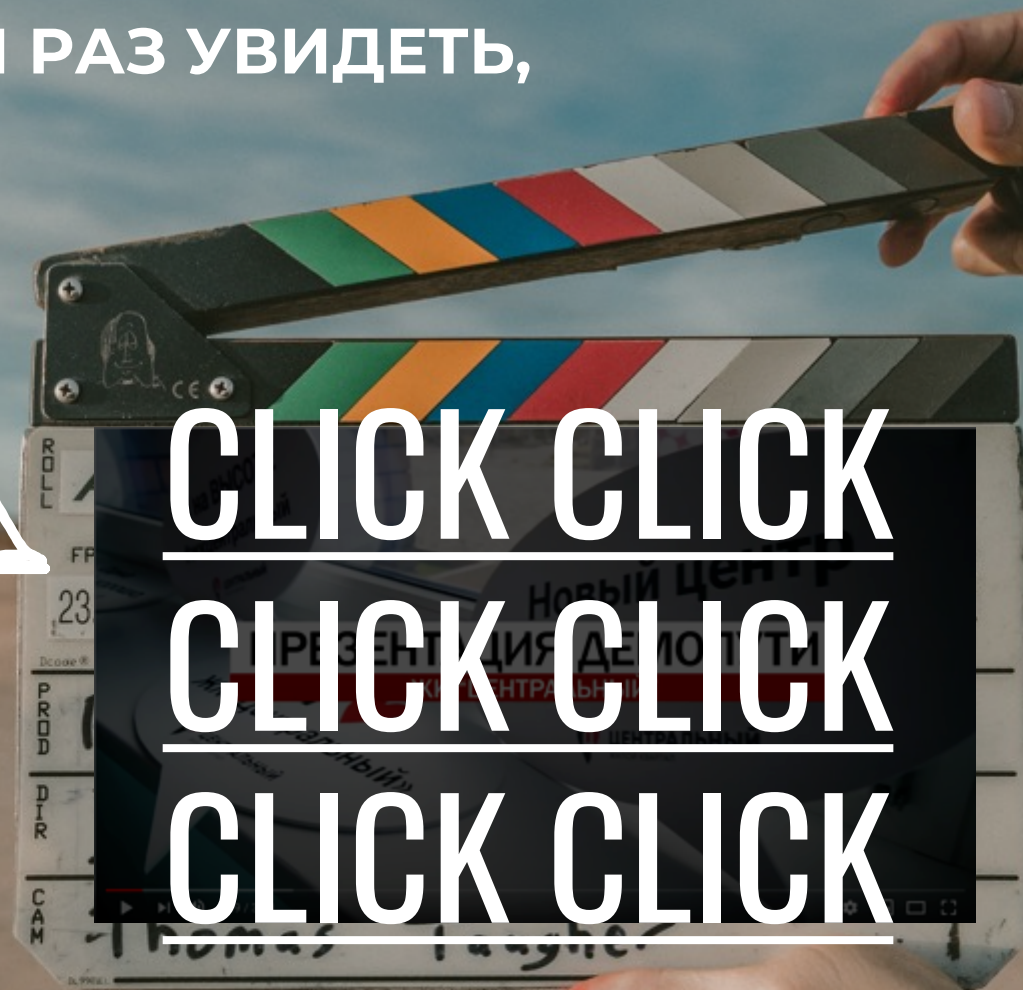
Демо-путь: креативы офлайн в единой концепции, размещенные на стройке, позволяют визуализировать все преимущества будущего ЖК. Таким образом посетитель может без сопровождения получить всю необходимую информацию.

Продвижение: персональная именная рассылка анимированных приглашений гостям с вирусной подачей, без обозначения программы и сути мероприятия.

Дополнительные инструменты воздействия: ароматизация помещений, аудиоспектакль - в каждой квартире было создано ощущение реальной жизни и разыграны семейные сцены: чаепитие, гости, утро субботы, - чтобы показать преимущества "в действии"



НО ЛУЧШЕ ОДИН РАЗ УВИДЕТЬ,
ПОЭТОМУ...



CLICK CLICK
CLICK CLICK
CLICK CLICK



Светящийся лайтбокс
в виде логотипа



Объёмные иконки
из ПВХ



Объёмные
пластмассовые
деревья



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
ЖИТКОВ КОМПЛЕКС

РАСПОЛОЖЕНИЕ
НА ВЫСОТЕ



Реальная карта центра Астрахани.
Отмечены основные «якори»: магазины, школы и пр.



Майки из ПВХ, с нанесением самоклеящейся пленкой с преимуществами



Ворота из ПВХ



Искусственный газон

Печать рендера на баннере
во всю стену



Нанесение на пол,
имитирующее велодорожку



С КАКОГО ЭТАЖА

**ВЫ ХОТИТЕ СМОТРЕТЬ
НА ГОРОД?**



Предлагаем сделать «голосование» - с какого этажа вы хотите смотреть на город? Для этого гостю надо приклеить наклейку в виде фирменной геометки на соответствующем «этаже»



Объемные таблички из ПВХ с иконками

ПАНОРАМНОЕ ОСТЕКЛЕНИЕ

Нанесение текста с помощью краски и трафарета

Нанесение оранжевой краски и рисунка

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
ЖИЛОЙ КВАРТАЛ

ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ
КОМФОРТА

ПОВЫШЕННАЯ
ШУМОИЗОЛЯЦИЯ

ПАНОРАМНОЕ
ОСТЕКЛЕНИЕ

IP-ДОМОФОНИЯ

ТЕЛЕМЕТРИЯ

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ
ОТОПЛЕНИЕ

ЭРГОНОМИЧНЫЕ
ПЛАНИРОВКИ

ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕ
ПО ВСЕЙ ТЕРРИТОРИИ

БЕСПЛАТНЫЙ WI-FI

ПАРКИНГ

НИШИ
ПОД КОНДИЦИОНЕРЫ

УНИКАЛЬНОЕ
ОФОРМЛЕНИЕ
ФАСАДА ДОМА

БАВАРСКАЯ
КЛАДКА

ДИЗАЙНЕРСКОЕ
ОФОРМЛЕНИЕ ХОЛЛОВ

ЛАНДШАФТНЫЙ
ДИЗАЙН ДВОРА



Нанесение рисунка и текста с помощью краски



Несколько настоящих кирпичей для примера баварской кладки



Декоративный мох

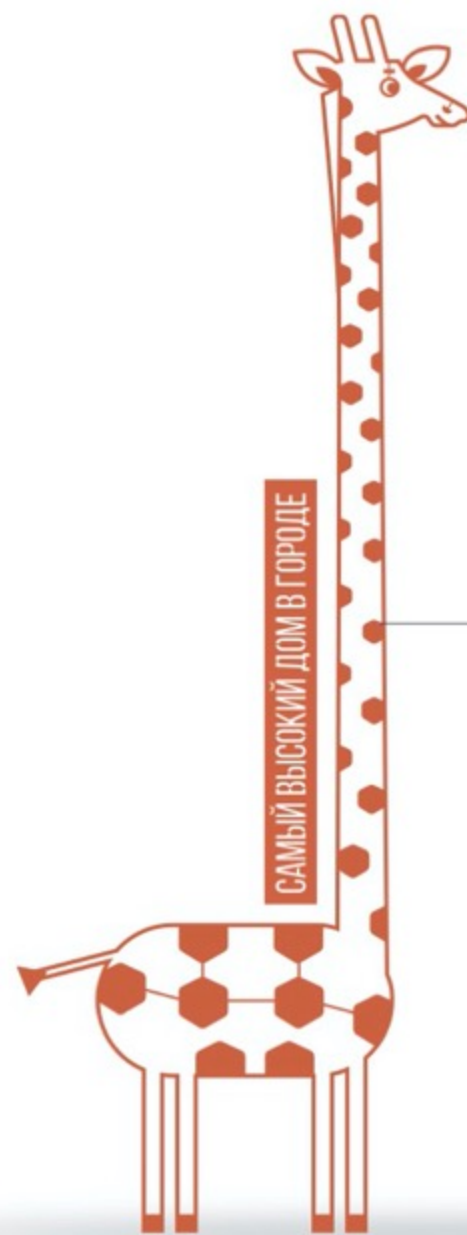


ЛЕСТНИЦА



Объемная цифра, обозначающая номер этажа, сделанная из ПВХ

Жираф, нанесенный с помощью трафарета и краски



ЛЕСТНИЦА

САМЫЙ ВЫСОКИЙ ДОМ В ГОРОДЕ







ДЕМО - ПУТЬ

ПОПРОБОВАТЬ, ЧТОБЫ ЗАХОТЕТЬ