

Город, каким он должен быть

Рекламная кампания



FORMA

FORMA

Красота в каждой детали

Новый девелопер концептуальных городских кварталов бизнес- и премиум-класса и деловых пространств линейки workplace.

Проекты FORMA — это эстетика в чистом виде, гармонично вписанная в первозданный контекст старых районов столицы.





Принципы

Несмотря на то, что FORMA — достаточно новый девелопер, в портфеле компании уже семь проектов. Пять жилых кварталов в разных районах Москвы и два деловых пространства из линейки workplace в топовых бизнес-локациях.

Над всеми проектами работали признанные архитектурные бюро со всего мира. В результате удалось не только сохранить исторические смыслы локаций, но и позволить им развиваться. Это стало возможным благодаря трем принципам, которые лежат в основе всех проектов FORMA: гений места, дизайн-мышление и целостность образа.

ЛЮДИ FORMA

ГЛАВНЫЕ ЦЕННОСТИ

- Саморазвитие и познание нового
- Свобода
- Семья
- Здоровый образ жизни
- Рационализм
- Карьера, развитие бизнеса, заработок
- Общение с людьми
- Путешествия

КАК ВЫБИРАЮТ

- Внимательные, должны все знать
- Внимание на производителя
- Бывают эмоциональными
- Креативность брендов
- Нравится то, что уже знают

Это узкая и избирательная аудитория столицы, которую сложно удивить предложениями на рынке недвижимости. Люди FORMA обладают высоким достатком, они продвинутые и точно знают, чего хотят



Вызовы

FORMA — это молодой игрок на рынке недвижимости. Перед нами стояла непростая задача: рассказать о том, что **FORMA** — это концептуальный девелопер премиум- и бизнес-класса, в центре каждого проекта которого стоит человек и его потребности, и одновременно показать все пять городских кварталов.



Вызовы



Наружная реклама недвижимости — это практически всегда рендер или фотография проекта с названием и слоганом. Нам было необходимо громко заявить о себе, выделиться на фоне конкурентов, предложить концептуальный подход, при котором наши макеты не будут похожи на типовую наружную рекламу застройщика.



Вызовы

Главная цель — провести охватную рекламную кампанию и привлечь внимание максимального числа жителей Москвы к FORMA и повысить узнаваемость бренда.



3

Принимаем первый вызов



Мы придумали креативную рамку, которая одновременно презентовала москвичам философию нового девелопера и объединила все его пять кварталов в одну концепцию.

**ГОРОД, КАКИМ ОН
ДОЛЖЕН БЫТЬ**

Объединяющий проекты лайн для бренда девелопера,
который мы интегрируем в УТП каждого отдельного проекта

ГОРОД,
КАКИМ
ОН ДОЛЖЕН
БЫТЬ



FORMA

ООО «ФОРМА»,
ИНН 7729604691

Крупное название бренда девелопера,
чтобы заявить о себе москвичам

WAFI/B

ГОРОД,
КАКИМ
ОН ДОЛЖЕН
БЫТЬ



FORMA

История о том, как
изменился город

ТАБ



Сообщение «Город, каким он должен быть» лаконично встроилось в лайн, связанный с кварталом, и подчеркнуло основное УТП: Republic располагается в самом сердце Москвы — на Пресне

ПРЕСНЯ,
КАКОЙ ОНА ДОЛЖНА БЫТЬ

FORMA

ЗАСТРОЙЩИК "АО
"СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ
ЗАСТРОЙЩИК
"ПРЕСНЕНСКИЙ ВАЛ 27"
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НАШ.ДОМ.РФ
REPUBLIC - РЕПАБЛИК



REPUBLIC

Пример макета
для премиального
проекта FORMA —
квартала Republic

В одном макете мы гармонично соединили фирменный стиль Republic с черно-белой стилистикой FORMA, чтобы сделать акцент на квартале и при этом подчеркнуть девелопера. Этот прием работает во всей серии макетов

Принимаем второй вызов

В центре проектов FORMA стоит человек, его желания и потребности. Поэтому в наружной рекламе мы делаем акцент на искренних, счастливых и просто красивых людях FORMA

Рендеры лаконично вписаны в каждый макет, но им отведена второстепенная роль. На первом плане — эмоция



Добавили крупные эмоциональные фото людей, которые соответствуют ЦА Moments. Это квартал рядом с крупнейшим парком Москвы, в нем будет комфортно жить семьям с детьми

СЧАСТЬЕ,
КАКИМ ОНО ДОЛЖНО БЫТЬ



moments



FORMA

ЗАСТРОЙЩИК ООО
"СЗ "СОЗВЕЗДИЕ".
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА НАШ.ДОМ.РФ
MOMENTS - МОМЕНТС.

Рендер проекта демонстрирует потенциальным клиентам, как круто будет выглядеть Moments

Portland — квартал, расположенный на берегу Москвы-реки в акватории Южного речного порта. ЦА проекта — спортивные и активные молодые люди. Для макета мы выбрали идеального героя, который резонирует с целевой аудиторией и демонстрирует один из водных видов активностей, который будет доступен резидентам Portland

ДОМ НА НАБЕРЕЖНОЙ,
КАКИМ ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ



PORTLAND



FORMA

ЗАСТРОЙЩИК
ООО «СЗ «РИВЕРСАЙД».
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА НАШ.ДОМ.РФ
PORTLAND— ПОРТЛЕНД.

И снова рендер
с шикарным
видом на реку
и понтонным
бассейном
под открытым
небом

Принимаем третий вызов

Для размещения макетов мы выбрали самые проходимые улицы Москвы и добились поставленных целей.

Главной задачей было привлечь к билбордам FORMA максимальное внимание, поэтому мы смотрели на 2 основных показателя: частоту и охват.

Эффективная рекомендованная частота для такого типа размещения — 20 и выше, охват при этом должен быть не менее 60%. В нашей кампании мы достигли частоты 48 и охвата в 77%.





На билбордах МОСКВЫ

ГОРОД,
КАКИМ
ОН ДОЛЖЕН

ГОРОД,
КАКИМ
ОН ДОЛЖЕН
БЫТЬ



АЗБУКА ВКУСА 24 ЧАСА СУПЕРМАРКЕТ

FORMA

FORMA
ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ТЕХНОЛОГИИ
И НАДПОРЯДОК

FORMA

MASON ST. ONT

FORMA
ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ТЕХНОЛОГИИ
И НАДПОРЯДОК

MASON ST. ONT

TRUECOST

АЗБУКА ВКУСА

LBL

RUTUBE

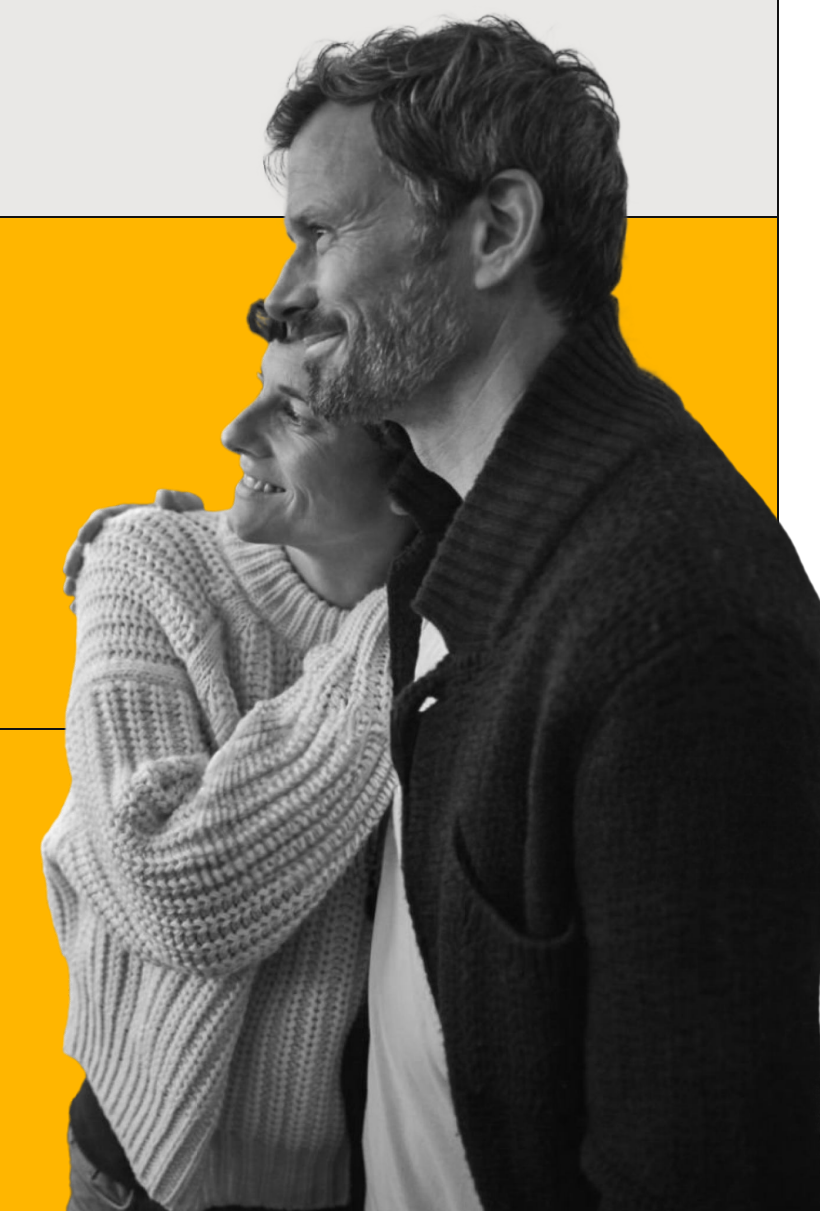
M

В следующих сериях...

ДОМ ДЛЯ СЕМЬИ, КАКИМ ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ



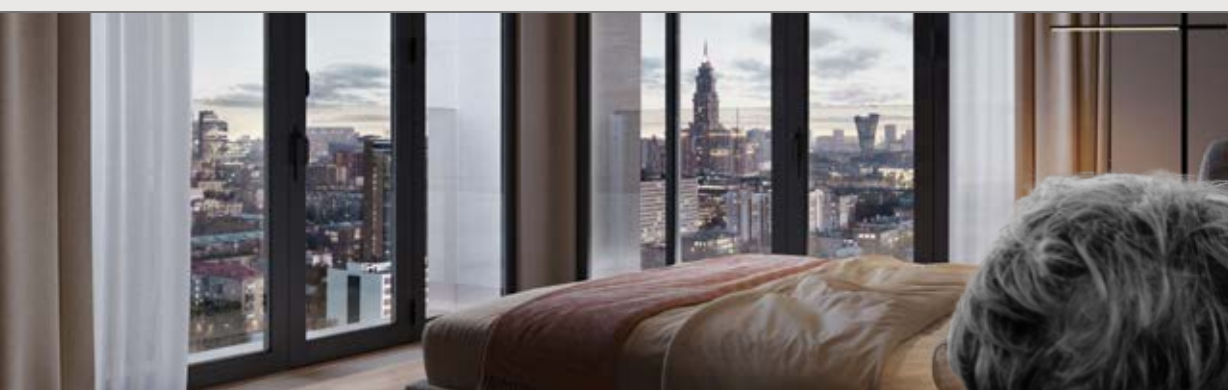
FØRST



FORMA

FORST (НОРВ.) - ПЕРВЫЙ.
ЗАСТРОЙЩИК ООО
"СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ
ЗАСТРОЙЩИК
"СИМОНОВСКАЯ
НАБЕРЕЖНАЯ".
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА НАШ.ДОМ.РФ

ОЩУЩЕНИЕ ДОМА, КАКИМ ОНО ДОЛЖНО БЫТЬ



FORMA

ЗАСТРОЙЩИК
ООО "СЗ ЧАСОВАЯ".
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
НА НАШ.ДОМ.РФ
OFFLINE (АНГЛ.) - ОФЛАЙН.
SOUL - СОУЛ


SOUL

OFFLINE КВАРТАЛ

Такая креативная рамка и визуальные решения позволяют создавать новые флайты наружной рекламы и работать на узнаваемость бренда, вызывая прочную связь с FORMA.

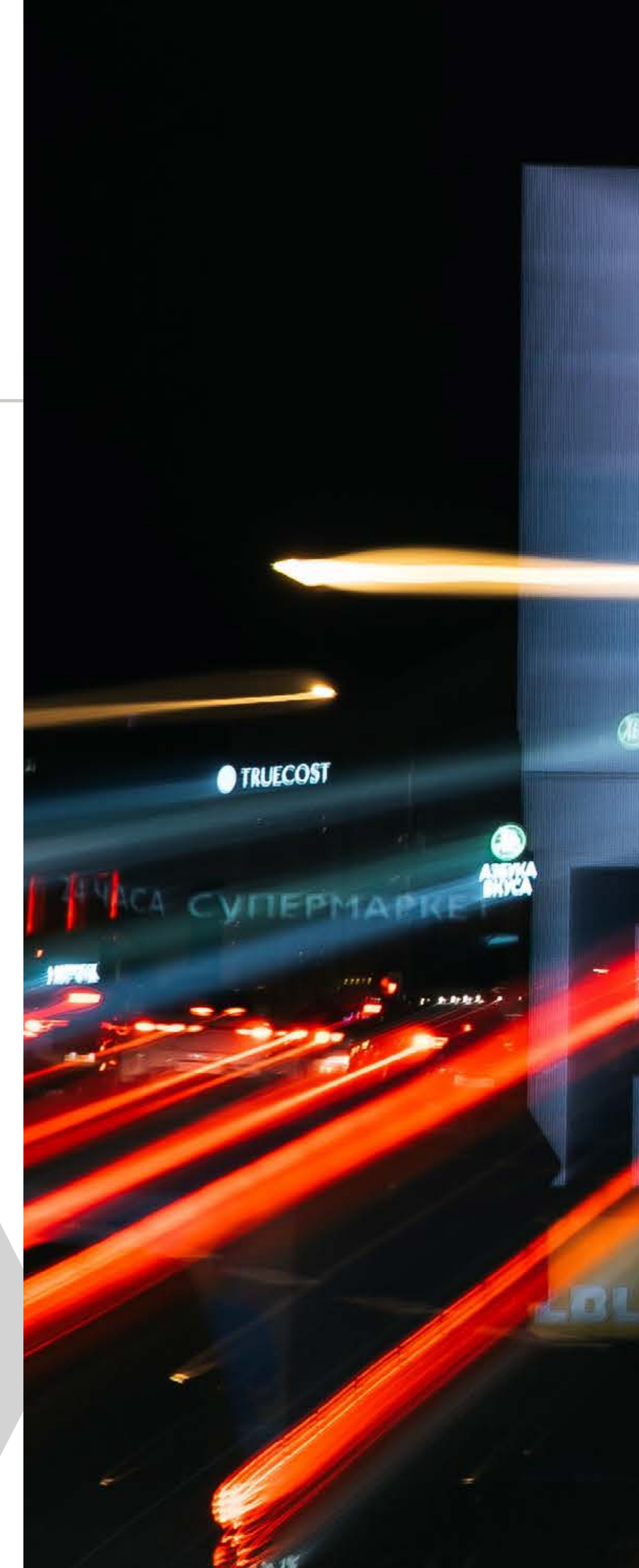
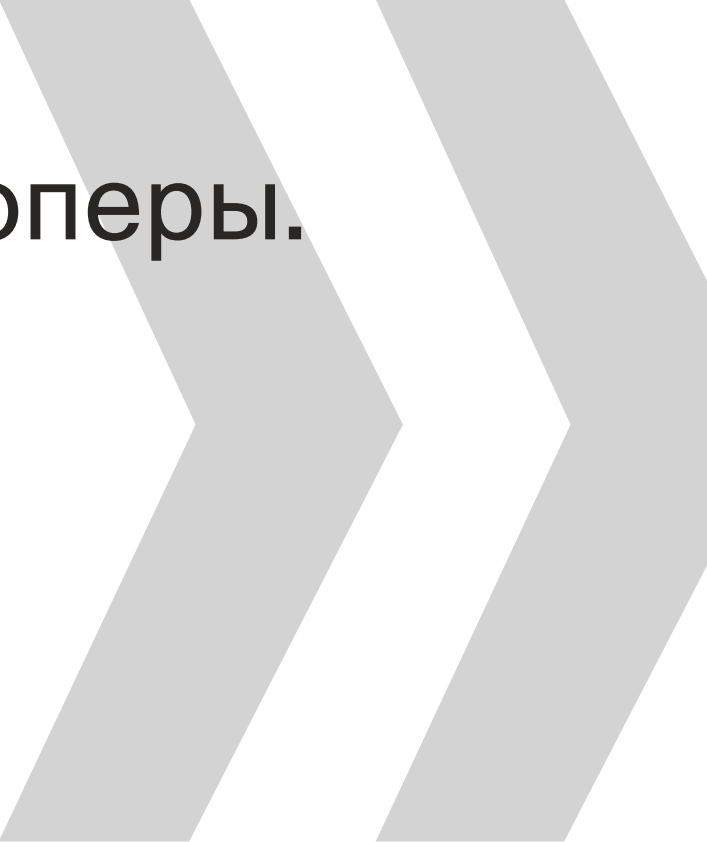
Летом 2024 года мы запустили наружную рекламу с этой же креативной рамкой, но с другими лайнами.

FORMA о проекте



Нам очень понравился подход команды JAMI. Мы получили свежий взгляд на наружную рекламу: единую эмоциональную историю и о FORMA, и о наших проектах.

Кампания вышла не похожей на то, что обычно в наружке делают девелоперы. Именно этого мы и хотели добиться.



ГОРОД,
КАКИМ
ОН ДОЛЖЕН
БЫТЬ



FORMA

Городная
проектная
деятельность
на высоте.

Спасибо