

«КАШЕМИР» ДОМ С ТЕПЛОМ НА УРАЛМАШЕ

Брендинг жилого дома.
Описание кейса

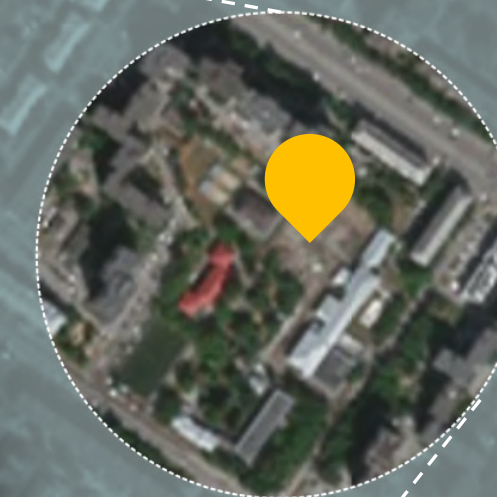
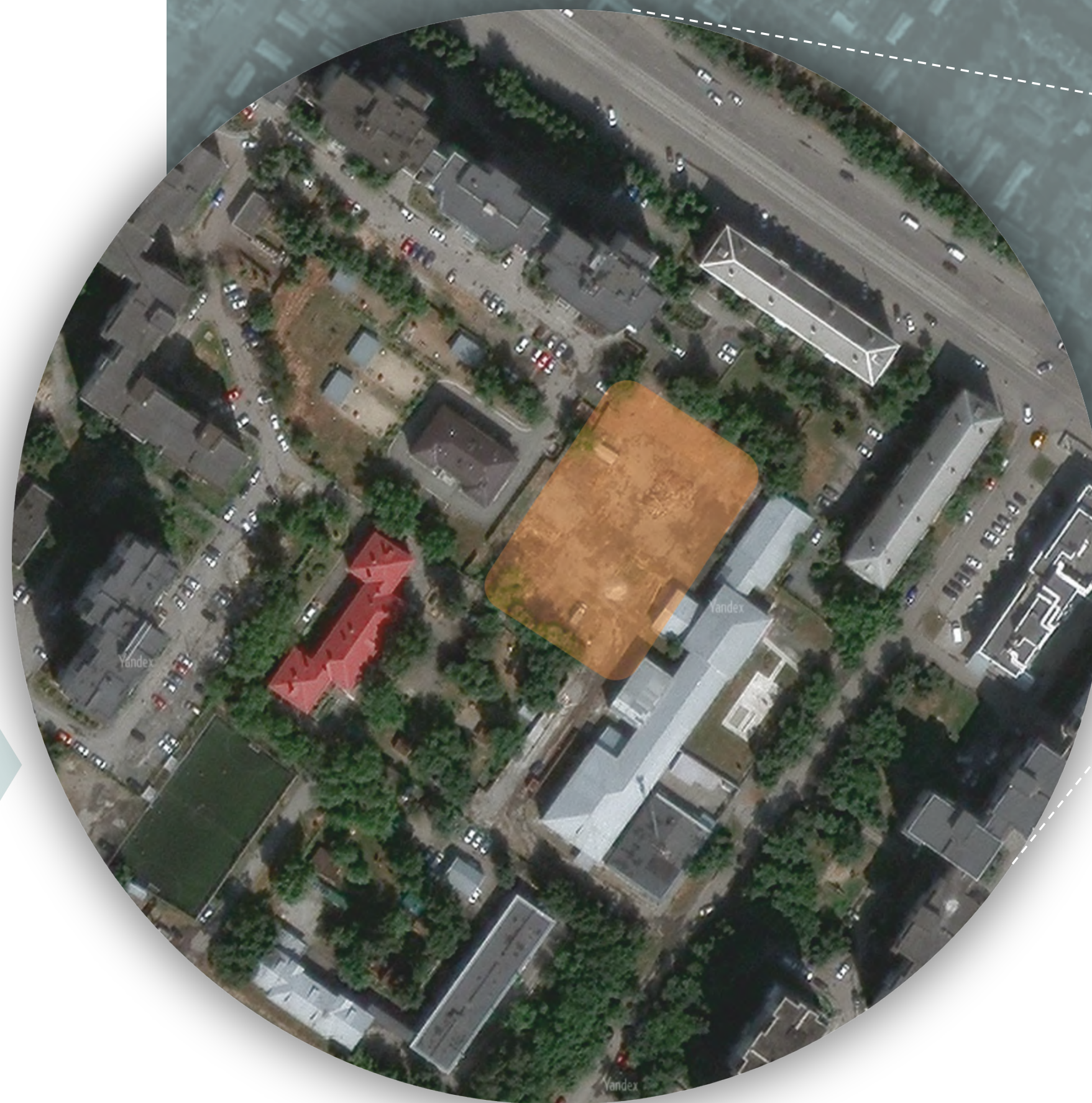
Место действия

Уралмаш – жилой район на севере Екатеринбурга. В начале сороковых годов прошлого века здесь был построен одноименный завод – один из крупнейших предприятий тяжмаша в стране.

Сегодня это крупнейший район города, в котором проживают более 200 тысяч человек. В самом центре Уралмаша нашему заказчику – компании «Астон» – предстояло построить новый жилой дом, а нам – разработать бренд и коммуникационную стратегию для него.

Вячеслав Трапезников,
директор компании «Астон»:

Уралмаш – это не только и не столько завод, сколько мечта о лучшей, достойной, новой жизни, воплощенная в линиях улиц, в площадях и домах. Цель нашего проекта – дать возможность новым поколениям Уралмашевцев продолжать жить и гордиться любимым районом.



А что вокруг?

Участок под строительство находится в квадрате улиц с символическими названиями под стать эпохе: Стахановская, Индустрии, Уральских рабочих, Победы. Однако, если в те времена жителями района виделись ударники пятилеток, то в наши дни это современные семьи с запросом на комфорт, тишину и собственную территорию для детей и прогулок.

После общения с будущими покупателями мы решили отстроиться от присущей району эстетике героизма, борьбы, преодоления и суровых северных коннотаций.

С одной стороны, они уже предостаточно представлены в названия жилых комплексов Уралмаша: «Северный квартал», «Ударник», «Северное сияние», «Мир, труд, май» и другие. С другой стороны, преимуществами дома являются понятные и востребованные атрибуты комфорта и безопасности, обещавшие лучшую жизнь в привычном районе. Преимущества проекта – толковые планировки от бюро OSA, теплые лоджии, квартиры с террасами и свой собственный, обособленный от окружающей застройки двор для игр, общения и прогулок.

Мы поняли, что ассоциации с теплом, качеством и бережной заботой точно передают замысел девелопера и отражают ожидания клиентов. Так появился «Кашемир»: дом, где тепло.





Метафора бренда

Кашемир –

мягкая и теплая материя из пуха кашемировых горных коз из северных районов Индии, Непала, Пакистана. Это качественный и довольно дорогой материал обладает высокой согревающей способностью, при этом он легкий, «дышащий» и приятный на ощупь. Кашемиру свойственные природные цвета и оттенки – серый, бежевый, коричневый.

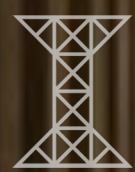




Вячеслав Трапезников, директор
компании «Астон»:

«Это место обязывало нас дать не только чувство защищенности в своем доме, но гораздо больше – чувство уверенности, спокойствия, достоинства от того, что ты живешь в этом месте и в этом доме, но и самое главное – чувство тепла. Не зря именно это чувство мы сделали лейтмотивом нашего проекта».





Дизайн холла был выполнен с учетом общей концепции дома с теплом: прозрачная и светлая входная группа. Вместо холодных серых подъездов — тёплое лобби с отделкой из натуральных материалов и разноуровневой подсветкой.

В мягкой зоне отдыха можно встретить друзей, курьера, пообщаться с друзьями — соседями или просто присесть с книгой и чашкой чая, ощутив тепло родного дома.



I Поиск визуального образа



кашемир
дом, где тепло



дом, где тепло



дом, где тепло



кашемир
дом, где тепло



дом, где тепло●

Ассоциации со светом и теплом легли в основу работы над визуальным языком проекта.

Было предложено несколько вариантов логотипа.

Поиск визуального образа

У этого проекта было настолько точное и уверенное позиционирование, основанное на тепле в прямом и переносном смысле, что визуал проявился из него почти самостоятельно. Оставалось найти только удачные графические решения.

Мы начали работу с элементов айдентики и создали базовую ось, на которую нанизали все остальное.

Основой стало ощущение уютного дома среди промышленных декораций холодного Екатеринбурга. Главной графической метафорой стали окна с теплым домашним светом. Из них формируется знак и паттерны. Они становятся самостоятельными элементами в полиграфии или фоновыми плашками в рекламе.

Стилизованная буква «К» с одной стороны отсылает к названию жилищного комплекса, а с другой – позволяет заглянуть через окна нового дома, почувствовать его тепло и радушие.



кашемир
дом, где тепло

Визуальная архитектура бренда

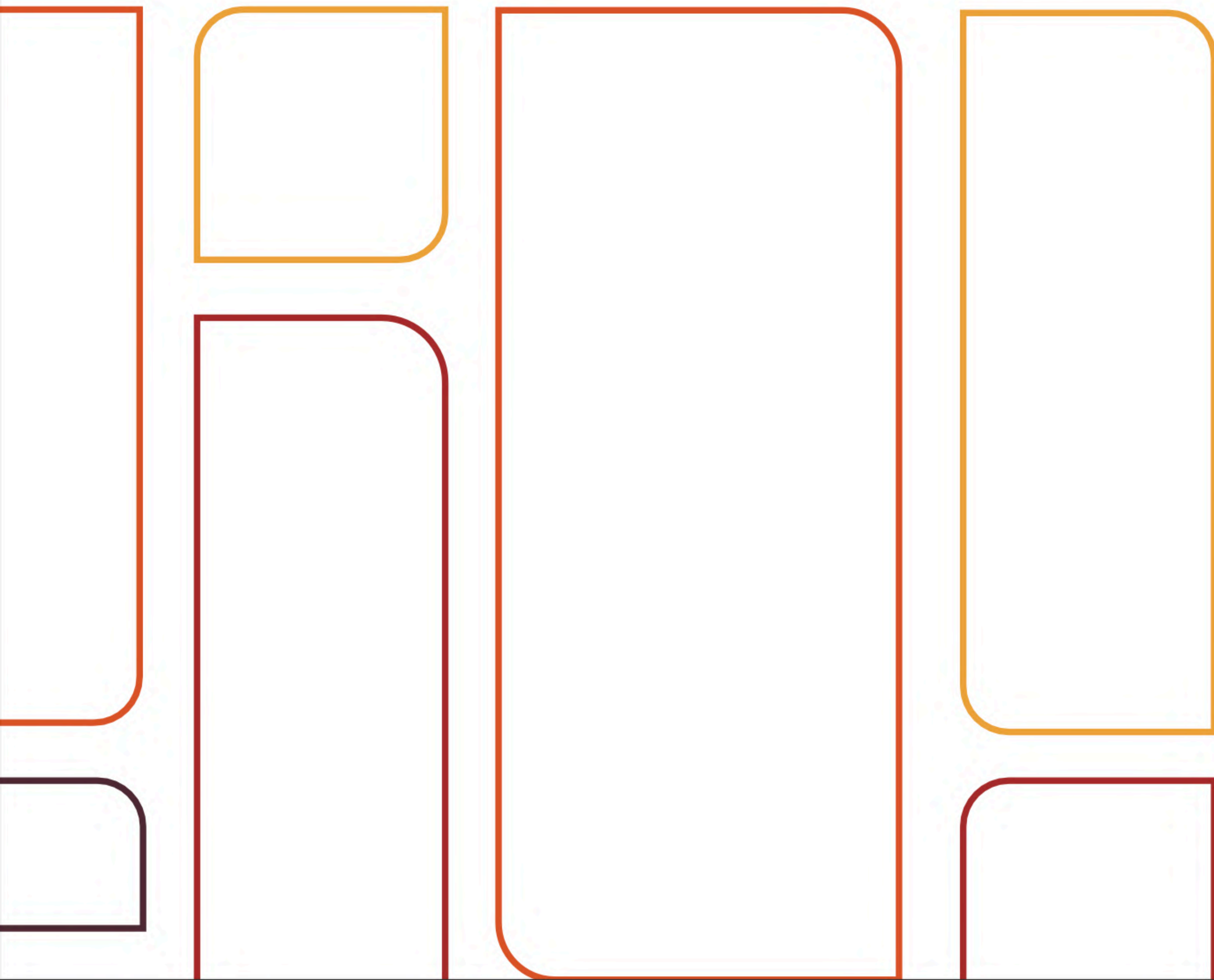
**АСТОН**


кашемир
дом, где тепло

Цветовые решения логотипа поддерживают бренд компании, который был обновлен незадолго до старта проекта.

паттерн использование

Паттерн продолжает идею, заложенную в логотип — окна с теплым светом. Окна создают бесконечно масштабирующийся модуль. Эмоционально насытить образ помогают силуэты объектов, которые могут находиться на подоконниках квартир — цветы, коты и прочее. В зависимости от контекста возможно использование двух типов паттерна — фонового и активного с цветовым контрастом и иллюстрациями.



Big Idea

Основная коммуникационная идея родилась из концепции дома. Мы все хотим тепла в доме и тепла в отношениях. Обладая теплом в избытке, приятно делиться им с другими.

Так появилась Большая идея: “Делимся теплом”

В рамках этой идеи мы даже придумали индивидуальный тепло-словарь для “Кашемира”, где появились такие слова как:

Теплоджии (вместо теплых лоджий)

Теплосети (вместо социальных сетей)

Теплососедство (характеризует отношения между соседями дома “Кашемир”)

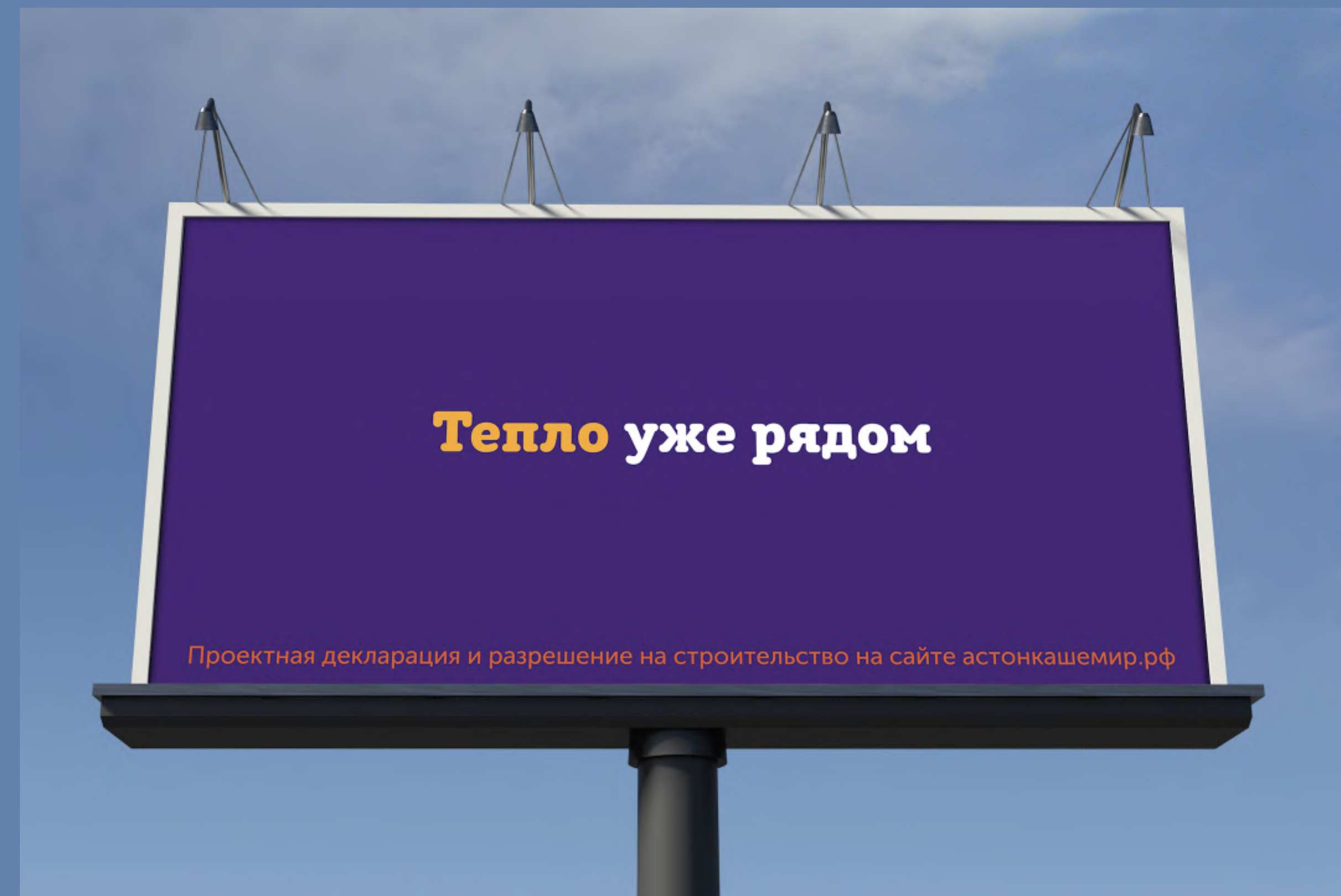
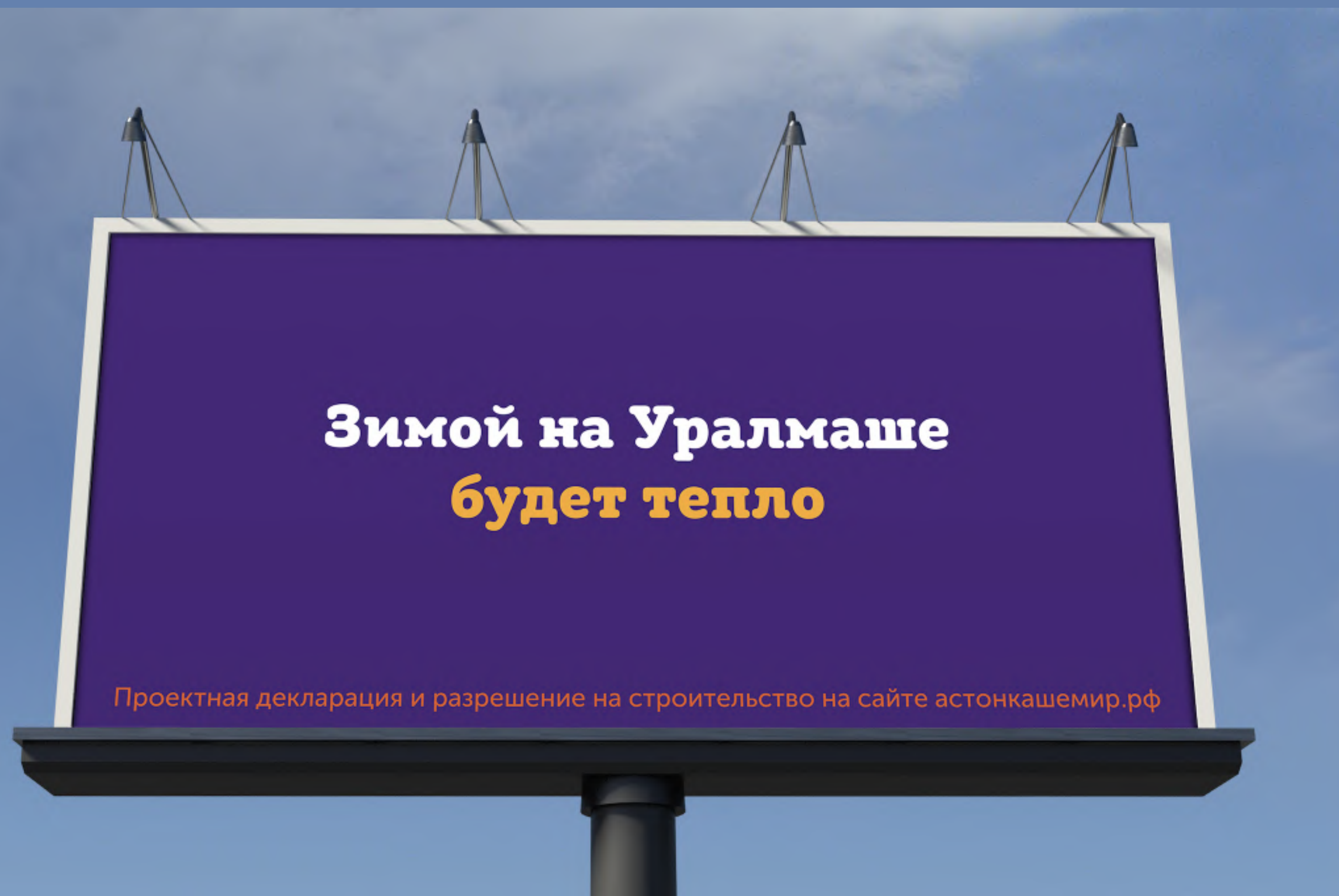
Оттепель (для специальных предложений)

Тёплый прием (консьерж-сервис для жителей дома)

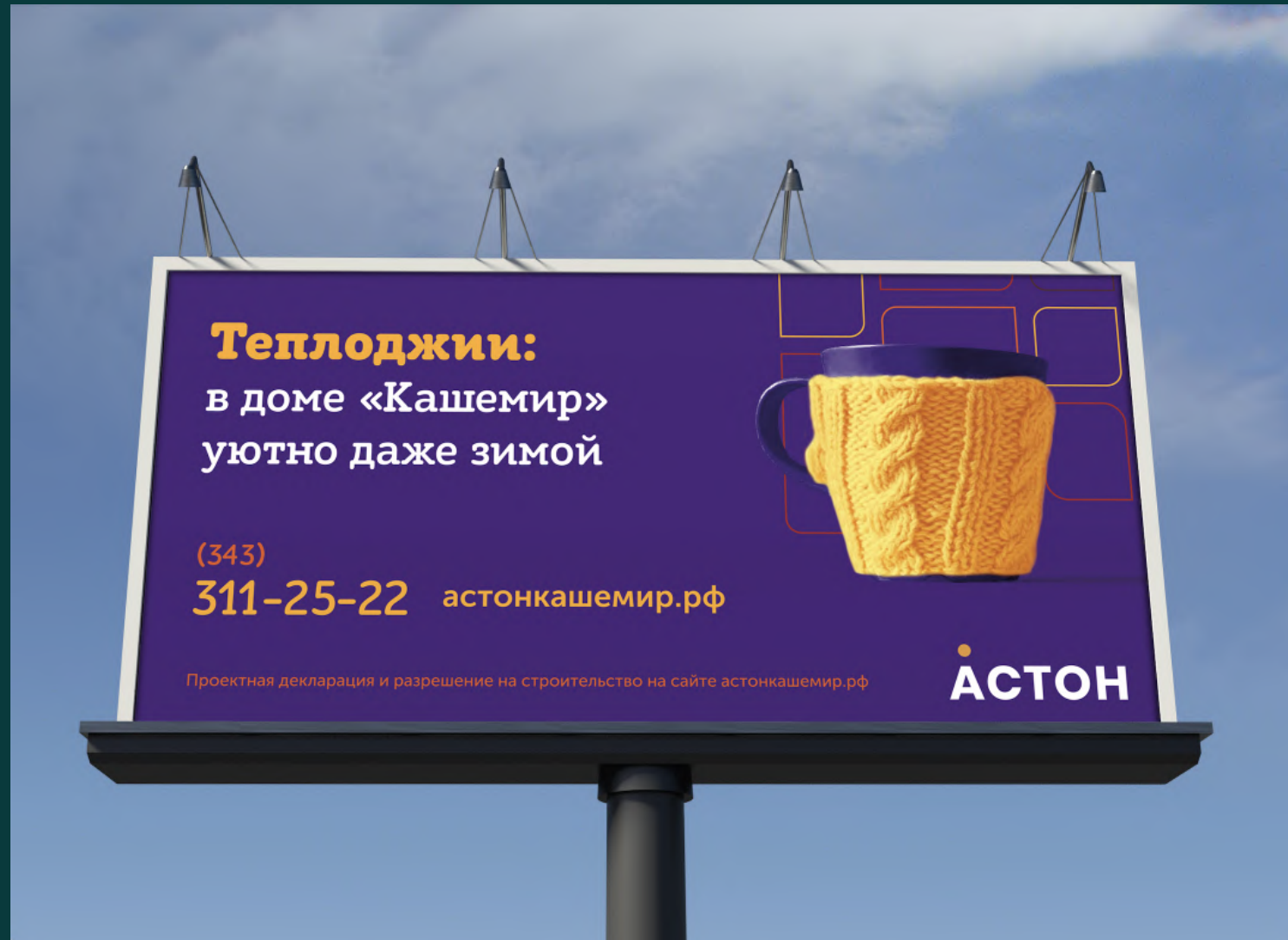
и так далее.

Делимся теплом.

Рекламные коммуникации: тизер



Рекламные коммуникации: варианты сообщений



Варианты развития Big Idea

Вязанные чехлы на ручки, пледы, подушки. Сувениры: теплокружка, носочек для ключа, плед, теплые стельки. Всё это позволит поделиться теплом в офисе отдела продаж.

А информационные плакаты позволят донести и закрепить базовые УТП Кашемира: теплые лоджии, теплые полы, ламповый двор.



Тепло всем. Даже памятникам!



Подарить всем памятникам немного тепла. Почему бы и нет? Отличный инфоповод!

Теплосети: делимся теплом с экрана смартфона

Согревающие истории – отличный пример теплоты в соцсетях.

«Сегодня в метро слушаю музыку, а рядом со мной подсаживается бабуля. Вежливо просит выключить телефон, у нее кардиостимулятор барахлит. В этот момент можно было заметить, как весь вагон начал выключать телефоны».

«Едем домой с женой в маршрутке. Начали спорить, она на меня обиделась... Рядом сидел парень с букетом цветов. Когда он выходил на остановке, он незаметно дал мне одну розу и подмигнул. Жена не сразу поняла, откуда у меня роза появилась. Но подарок она приняла».

«Сегодня покупала на вокзале в автомате горячий шоколад. Так как руки были заняты, было неудобно держать створку и стакан одной рукой. Ко мне подошел мальчик лет пяти и держал эту створку, пока я не достала стакан. Поблагодарила, отошла и вдруг слышу: «Мамочка, я помог!»



кашемир
дом, где тепло

АСТОН

Теплая история «Уралмаша»

В 1927 году, в эпоху индустриализации, советское правительство решило построить в Свердловске крупный машиностроительный завод.

ЗАВОД УЗТМ
На великую стройку съехались молодые специалисты со всех концов СССР. Все они верили в новый мир, который создавали своими руками. В 1933 году состоялся запуск завода.

ИНФРАСТРУКТУРА РАЙОНА
Район насытили социальной, бытовой и культурной инфраструктурой. Тут с избытком школ, детских садов, медицинских учреждений, магазинов, собственный парк с озером, стадион и многое другое. Даже первый в городе звуковой кинотеатр «Темп» с буфетом и оркестром был построен в «Соцгороде».

СОЦГОРОД И ЗАВОДУПРАВЛЕНИЕ
Параллельно строили жилой район «Соцгород» для сотрудников завода и их семей. Изначально он проектировался как самодостаточный район с настолько исчерпывающей инфраструктурой, чтобы жители могли не покидать его пределов.

Здание заводоуправления и другие сооружения «Соцгорода» возводили под влиянием архитектурного стиля «Баухаус» с привлечением учеников одноименной немецкой школы.

ПЕТР ОРАНСКИЙ
Генплан «Соцгорода» создал Петр Оранский — молодой архитектор из Ленинграда. Он выбрал необычную схему построения, состоящую из улиц-лучей, образующих треугольные кварталы и сходящиеся к площади Первой Пятилетки. Даже генплан района стал солнечным и теплым!

ДК УЗТМ
В наши дни район «Уралмаш» — один из самых известных, зеленых и благоустроенных районов Екатеринбурга. Здесь свои достопримечательности: Белая башня, ДК УЗТМ, «Стоквартирный дом». Совсем скоро коллекцию знаменитых зданий этого района пополнит «Кашемир».



Теплый ламповый двор

Пространство двора «Кашемира» располагает к теплоте соседских отношений.

Оно разделено на несколько функциональных зон: для детей, для подростков и для взрослых, а между этими садовыми гостиницами растут деревья, кустарники и цветы. Уюта и камерности всему пространству придает разноразмерная теплая подсветка двора, а центральный связующий элемент — это прогулочная тропа вокруг дома для неспешных променадов, игр, утренних пробежек или велопрогулок.

Огороженная территория комплекса с контролем доступа

Двор без машин

Нестандартная и безопасная детская площадка

Зона отдыха для молодежи

Зона спокойного отдыха для взрослых

Комплексное ландшафтное озеленение

Разноразмерная «теплая» подсветка двора

Аллея для прогулок и пробежек

6-16 этажи

Квартиры с лоджиями

ул. Профсоюзная

ул. Стахановская

29

Квартира с тремя спальнями и кухней-гостиной 82,6 м²

Эта квартира может быть соединена из двух квартир с одной и двумя комнатами

Две теплые лоджии на две стороны дома

Три полноценных санузла

Можно сделать мастер-спальню с собственной ванной, гардеробом и выходом на лоджию

Большая кухня-гостиная для большой семьи

Много мест хранения

Две просторные спальни с местами хранения

Два полноценных санузла

Ниша для большого шкафа в прихожей

Выход из спальни на теплую лоджию

Большая кухня-гостиная со спальным местом

22

23

Тёплая встреча



Дом «Кашемир» был тепло встречен партнёрами компании — риэлторским сообществом Екатеринбурга.

Результат

Вячеслав Трапезников, директор компании "Астон":

Наименование дома и его визуальное воплощение оцениваю на "5+". Результат вызывает самые теплые чувства:)

Проект реализуется, название прижилось как внутри компании, так и вовне. Предложенная концепция уютного кашемирового двора стала основой для проекта благоустройства и мест общего пользования.

Первые месяцы продаж показали интерес к проекту, превышающий наши даже оптимистичные прогнозы. Твердое ощущение, что растем быстрее рынка.





Будущим жильцам “Кашемира” —
наши самые теплые поздравления!



МАНН, ЧЕРЕМНЫХ
И ПАРТНЕРЫ