

Номинация «Наружная реклама»

ДАРИМ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Новогодняя рекламная кампания ТЦ «Жемчужная Плаза»

ЖЕМЧУЖНАЯ • ПЛАЗА

БРЕНД

«Жемчужная Плаза» – крупнейший торговый центр на Юго-Западе Санкт-Петербурга. Центр притяжения для более 850 000 жителей Красносельского, Петродворцового, Кировского районов. Современная доминанта повседневной жизни, времяпрепровождения и развлечения жителей Юго-Запада.

Адрес	Петерговское шоссе, 51А
Открытие	2014 год
Магазины	178
Этажность	4 уровня
Посещаемость будни	25 000 человек
Посещаемость выходные	34 000 человек

Средний чек	3 400 рублей
Время посещения	2 часа
GVA	92 700 м ²
GLA	48 000 м ²
Вакантность	100%
Зона покрытия	850 000 человек



ВВОДНЫЕ



ЗАДАЧИ

- Увеличение посещаемости ТЦ
- Повышение лояльности существующих покупателей
- Привлечение внимания новой аудитории

АУДИТОРИЯ

- Молодые семьи, 25-45 лет, 1-2 детей, доход средний
- Посетили ТЦ, проживающие в 15-минутной автомобильной доступности
- Красносельский, Петродворцовый, Кировский районы, новые ЖК

ПОТРЕБНОСТИ

- Комфорт и безопасность
- Вырваться из рутины и отключиться от проблем
- Новые впечатления и удовольствие

КОНЦЕПЦИЯ

«Мы все любим получать подарки на Новый Год. Но, все же, главное в новогодних праздниках – это радость, эмоции, яркие моменты, которые остаются с нами надолго. В декабре 2017 года «Жемчужная Плаза» подарила каждому тёплые эмоции и яркие впечатления!»

Концепция новогодней рекламной кампании «Дарим впечатления» была разработана в рамках нового позиционирования Торгового центра «Место главных моментов жизни». Партнером мероприятий выступила кампания «Эмпрана» - магазин подарочных сертификатов-впечатлений. Кампания предоставила 2000 гарантированных и 15 ценных призов (поход на яхтах, полеты на самолетах, занятия экстремальные видами спорта, посещение фитнеса, салонов красоты и культурных мероприятий).

Задача состояла в представить торговый центр современным местом, наполненным яркими событиями и одновременно отойти от шаблонных образов Нового года.

В основе концепции - решение проблемы покупателей с выбором новогодних подарков и потребностью аудитории вырваться из рутины, испытать новые впечатления и эмоции.

В качестве решения на визуальном уровне был выбран формат селфи, как наиболее передающий эмоции и понятный для аудитории. Языком коммуникаций служат яркие и необычные хэштеги, которые раскрывают последовательно и вскрывают идею

Дата проведения

1 декабря 2017 – 07 января 2018

Объект

ТЦ «Жемчужная Плаза»

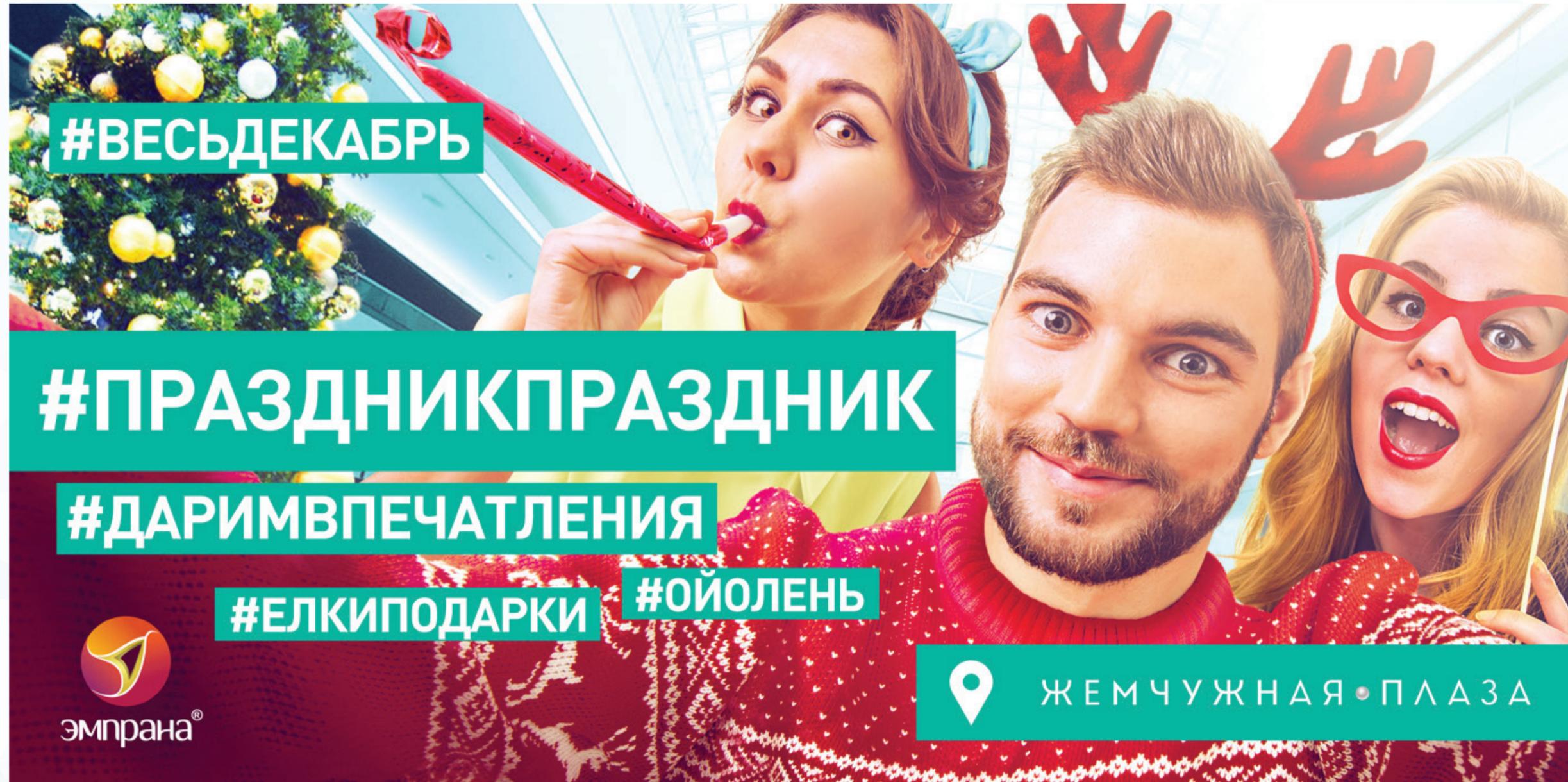
Заказчик

Концерн SRV

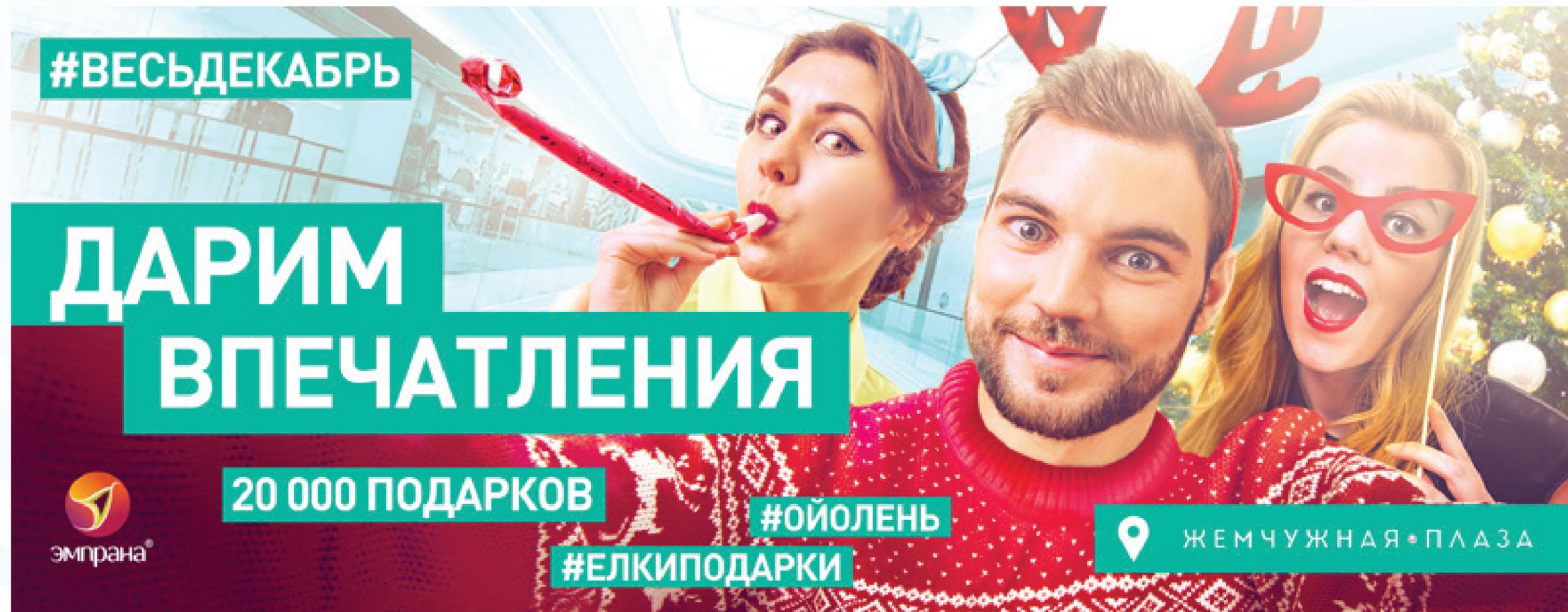
Исполнитель

Рекламное агентство Great
Концерн SRV

БАННЕР 3x6



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



ОХВАТ

- Красносельский, Петродворцовый, Кировский районы
- 850 000 человек

ФОРМАТЫ

- Наружное размещение – 13 шт
- Лайтбоксы в метро – 2 шт

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Увеличение трафика +10%
- Увеличение прибыли +22%

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

