

# КОМАНДА ГОДА



er  
ННЫЕ

ТОЛИЦ  
ОМПЛЕКС

ATLAS  
DEVELOPMENT

LOGOPARK  
KOLTSOVSKY

ATLAS  
DEVELOPMENT

AS  
CE

LAS

1ENT

wer  
ЦИОННЫЕ

PARK  
OVSKY

4  
ЖИ  
ЭКО

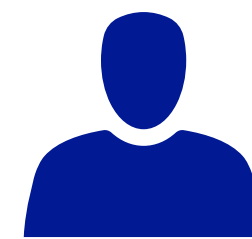
ПАРК  
ЖИЛОЙ

IT  
И Е

ЛИ  
ПЛЕКС



# Цифротекка



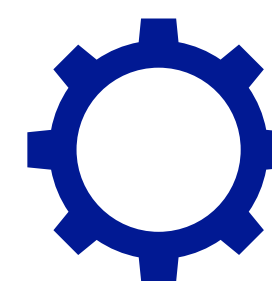
**8 человек**

В штате службы маркетинга 8 профессионалов своего дела



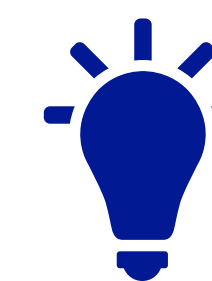
**1 мобильное приложение**

Собственное мобильное приложение для жителей



**107% средний процент KPI**

Все ключевые показатели эффективности выше плана



**11 престижных премий**

Urban Awards, Property awards, Рекорды рынка недвижимости.





# Наши достижения 2020-2021

**Июль**

**Workshop**

Мероприятие для профессионалов рынка

**Август**

**Urban Awards**

Победа в трех номинациях

**Октябрь**

**100+ TechnoBuild**

международный форум и выставка, которые посвящены проектированию, строительству

**Декабрь**

**Property awards**

Победа в номинации High Rise Residential Development

**Март**

**Миссия, ценности**

Переработан корпоративный кодекс

**Май**

**Бренд Платформа**

Сформирована система бренд-коммуникаций внутри группы брендов





# Собственный отраслевой стандарт

внедрен собственный отраслевой стандарт «Жилая Экосистема».

«ЖИЛАЯ ЭКОСИСТЕМА» — это единая сеть, объединяющая жильцов, онлайн- и офлайн-сервисы, различные предприятия и общественные пространства, интегрированные в повседневную жизнь человека. Здесь все функции работают слаженно и с единственной целью: повысить качество и комфорт жизни резидентов и всех пользователей «ЖИЛОЙ ЭКОСИСТЕМЫ» прямо «в домашних тапочках». Компания Атлас Девелопмент получила награду за создание Жилой Экосистемы - 2020 Urban Awards

# ECOSYSTEM





# Первый development workshop для риэлторов

Идея мероприятия заключалась в проведении серии мастер классов для риэлторов, на которых сотрудники компании Атлас Девелопмент, в неформальной обстановке делились методиками создания концепций жилых комплексов. Риэлторы в группах создавали концепцию жилого комплекса: оценивали эскизные проекты, прорабатывали портрет целевой аудитории и определяли конкурентов, продумывали нейминг и фишки проекта.

# EVENTS



# Миссия Принципы Ценности

Ведется Активное развитие блока внутренних коммуникаций - по итогам сессии стратегического планирования компания сменила миссию, которая звучит как **«Создавать уникальные проекты будущего, которые рекомендуют»**. Разработана система корпоративных ценностей и принципов работы команды. Разработана программа внутренних коммуникаций в компании, включающая внедрение корпоративного кодекса, ведение собственного telegram канала, создана собственная корпоративная газета Atlas News.

# PEOPLE

## Наши принципы и ценности



Прибыльность

Клиентоцентричность

Репутация

Ответственность

Амбициозность

Удовольствие от дела

Открытость

Команда

ATLAS | DEVELOPMENT



# Дизайн XXI века

Как может выглядеть современная квартира  
— от прихожей до спальни



**Какой вы сосед и легко ли  
освоитесь на новом месте:  
тест на дружелюбность**

Обязательно к прочтению всем,  
кто собирается переезжать



## СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ В СМ И

За год вышло 5 специальных проектов, на разных площадках, которые обеспечили совокупный охват более 1 млн. читателей



# В 2020-2021 основным каналом продвижения выбран digital

779 руб. Минимальная стоимость Лида  
27 руб. Минимальная стоимость перехода  
127 максимальное количество Лидов в месяц

# РК

## СЕЙЧАС

Из-за маленькой экспозиции квартир, стоимость лида выросла. Чтобы получать максимальное количество лидов, мы сделали следующее:

- перешли на комплексную стратегию оплаты по лидам и за конверсии — т.е. деньги расходуются только при обращении и/или при выполнении определенных действий (например, человек посетил пять и более страниц на сайте). Таким образом, мы находим людей, кто действительно заинтересован в покупке квартиры. При смене стратегии мы продолжаем получать такой же целевой трафик
- для достижения бóльшего охвата мы расширили таргетинги в РСЯ, создали аудиторию посетителей сайта за последние полгода и на её основе создали аудиторию Look-a-like
- перераспределили бюджет с контекстной рекламы на рекламу в соцсетях, так как при текущей ситуации это наиболее оптимальное решение
- в лидогенерации в соцсетях работаем с наиболее эффективными аудиториями:
  - пользователи, которые взаимодействовали с группами конкурентов + аудитория Look-a-Like
  - тематические интересы: недвижимость, инвестиции в недвижимость, квартира, ипотека, покупка жилья
  - аудитория Look-a-Like по тем, кто уже оставлял обращение
- используем креативы с планировками — на них наилучшая реакция

**i Tower**  
ИННОВАЦИОННЫЕ БАШНИ

2К  
63,6 м²

Ставка по ипотеке **5.9%**

ПРОДУМАННЫЕ ПЛАНИРОВКИ

**i Tower**

№2.3  
3С  
87,50 м²

Помимо digital-инструментов используются indoor форматы, локальной ооырмата вблизи точки засмстройки: лифты в жк, метро, размещение в тц



## Позиционирование

Сформирована система бренд-коммуникаций внутри группы брендов, проработаны связи и иерархия, архитектура бренда. Основной – бренд застройщика и подбренды жилых объектов, логистика, сервисный бренд, коммерческая недвижимость).

Сформирована пошаговая карта (бренд-билдинг) развития на 3 года с учетом перспективы появления новых подбрендов.

# Впереди перемен

# BRAND

