

**#СПАСИБОЗАДОВЕРИЕ**

СПЕЦПРОЕКТ С ЭЛЕМЕНТАМИ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ

# КЛИЕНТ

---

«Группа ЛСР» работает на строительном рынке России с 1993 года.

За 26 лет стала крупнейшим строительным холдингом в стране. Основные направления деятельности:

- девелопмент и строительство недвижимости;
- производство строительных материалов.

Домостроительные комбинаты «Группы ЛСР» в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге производят 1 млн кв. м жилья в год



# ПРОБЛЕМА

---

Покупка квартиры — важный этап в жизни любого человека. Когда человек решает совершить одну из самых значимых покупок, вступая в долевое строительство, появляется непростой выбор: какой компании доверить свои деньги.

2018 год был для подразделения «Группы ЛСР» в Екатеринбурге рекордным по объему ввода и продаж.

Обычно после совершения сделки связь компании с клиентом, чаще всего, теряется и лояльность постепенно падает, что может повлиять на будущие продажи.

Чтобы поддержать эту связь, «Группа ЛСР» решила поблагодарить своих клиентов за их выбор и оказанное доверие с использованием комплекса трендовых digital-технологий, PR-инструментов, цифровой наружной рекламы и радио.



# ЦЕЛЬ СПЕЦПРОЕКТА

- Рост лояльности текущей клиентской базы
- Охватить ближайшее окружение текущей клиентской базы и повысить их лояльность к «Группа ЛСР»
- Воспользоваться эффектом «социального подтверждения» (social proof), убедить потенциальных покупателей в том, что недвижимость от «Группы ЛСР» полностью удовлетворяет потребности покупателей.



# ЗАДАЧИ

- Стимулирование UGC-контента от аудитории.
- Реализация охватной имиджевой кампании.
- Обеспечение виральности контента.
- Привлечение лояльной аудитории на площадки «Группы ЛСР».
- Демонстрация федерального масштаба компании, разнообразия ее проектов в строительстве: от эконом- до премиум-сегмента.



# АУДИТОРИЯ



Владельцы квартир от «Группы ЛСР»  
в Екатеринбурге



Ближайшее окружение  
владельцев квартир от «Группы  
ЛСР»: друзья и родственники



Жители Екатеринбурга  
заинтересованные в покупке  
квартиры

# РЕШЕНИЕ

Для решения поставленных задач мы разработали **всеобъемлющую федеральную кампанию и спецпроект к 25-летию компании**, где в комплексе работали:



Новейшие  
технологии digital-  
маркетинга

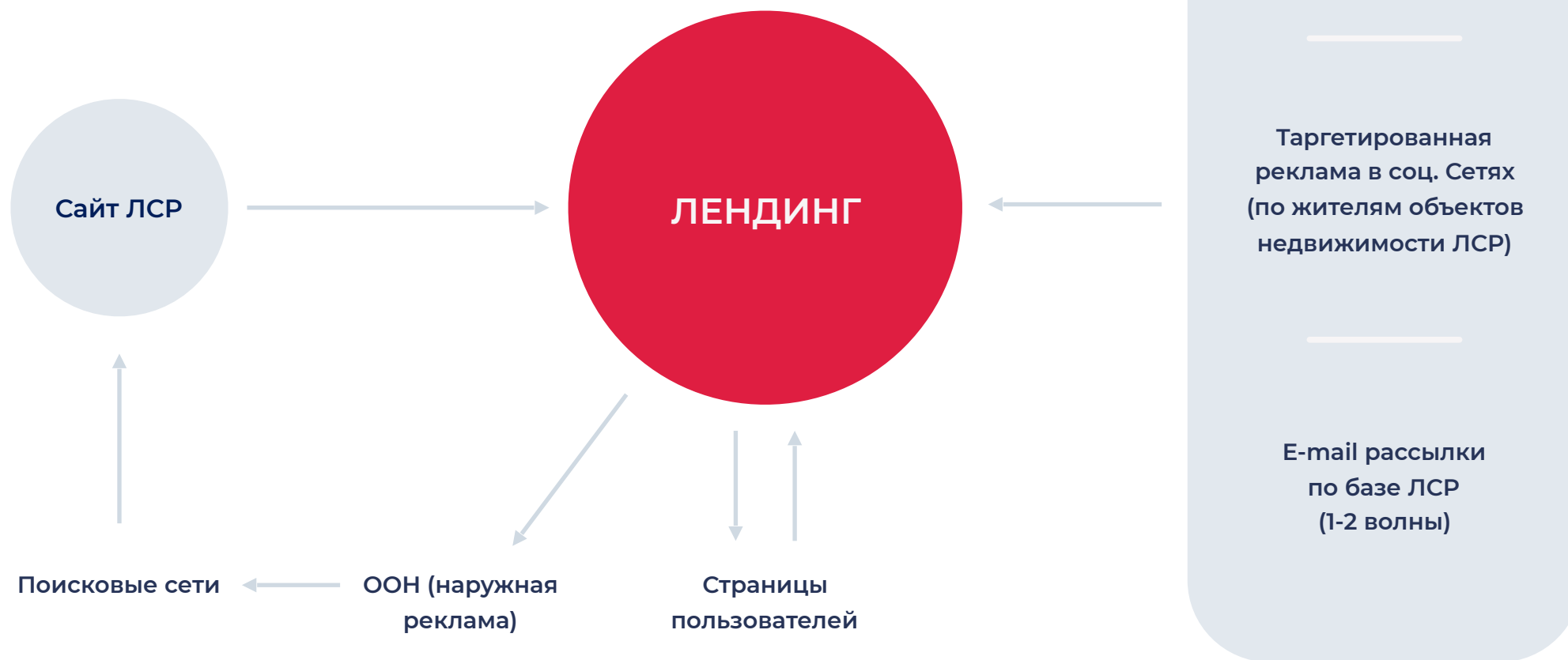


PR в социальных сетях  
и региональных онлайн-медиа

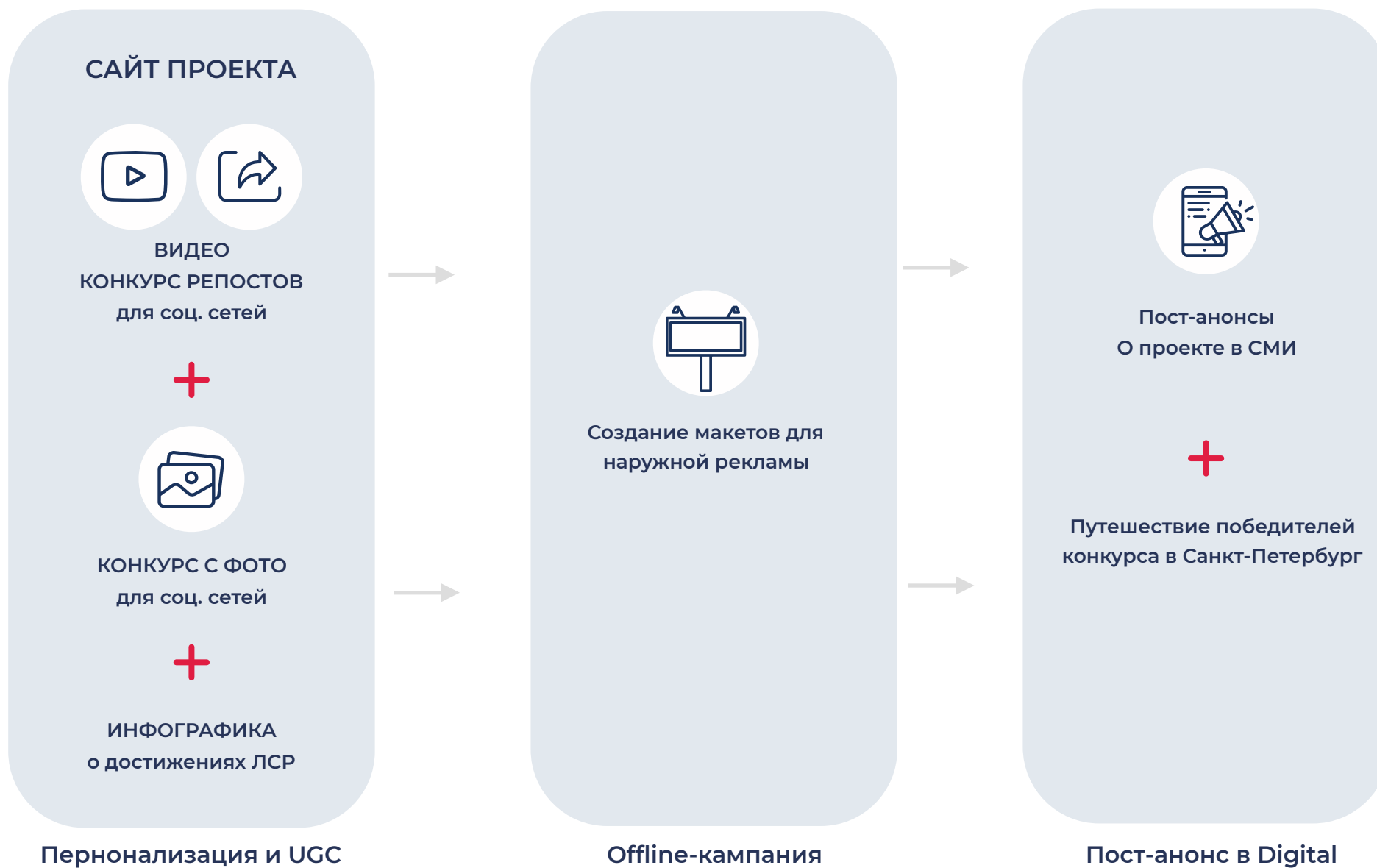


DOOH (цифровая наружная  
реклама) и радио

## АРХИТЕКТУРА СПЕЦПРОЕКТА



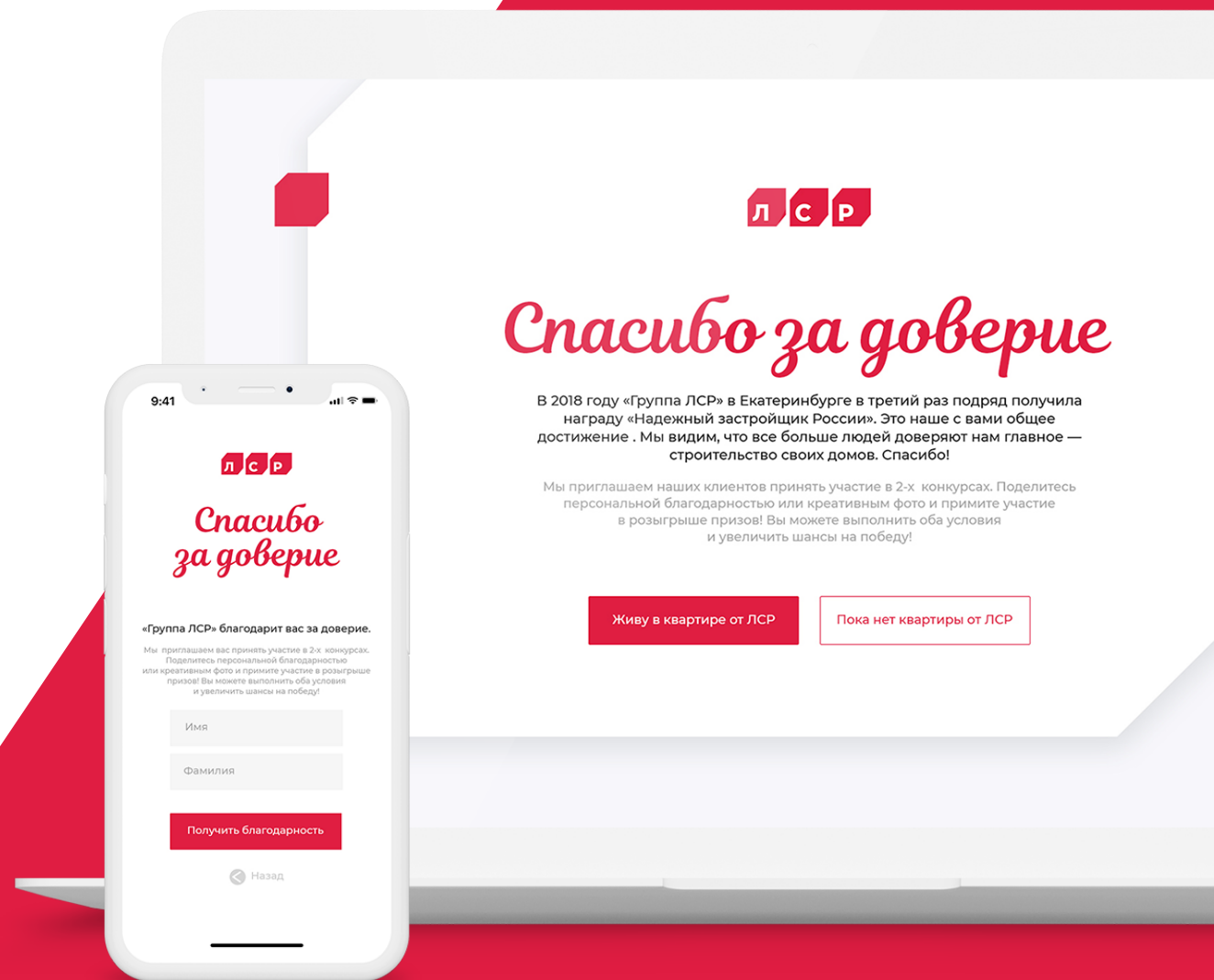




# КРЕАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

Мы запустили сайт с технологией персонализации, где пользователь получал личную благодарность от генеральный директор «ЛСР.Недвижимость-Урал».

<http://spasibo.lsr.ru/>



## МЕХАНИКА СПЕЦПРОЕКТА

---

По CRM базе клиентов была запущена e-mail рассылка, таргетированная реклама и «супергео» по ЖК застройщика. В рекламном сообщении содержался анонс благодарности и призыв перейти на лэндинг.

<http://spasibo.lsr.ru/>

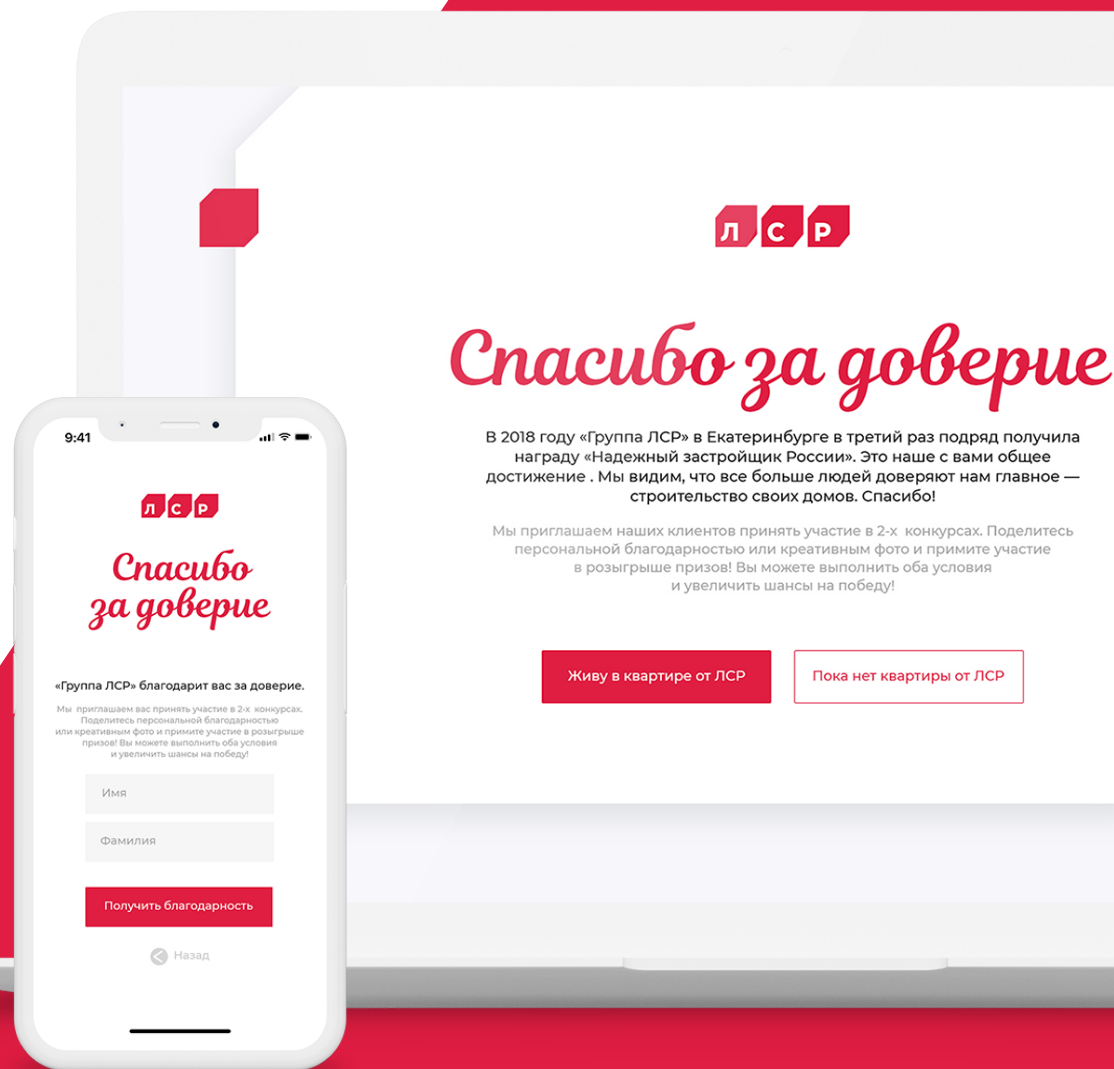


# МЕХАНИКА СПЕЦПРОЕКТА

На лендинге происходила верификация клиентов и действовало 2 сценария:

1. Для клиентов – генерация и просмотр ролика, где генеральный директор уральского подразделения «Группы ЛСР» лично обращался к пользователю и выражал благодарность; возможность просмотра инфографики о достижениях компании за время работы; переход на основной сайт; просмотр галереи участников конкурса.
2. Для тех, кто еще не стал клиентом – просмотр инфографики о достижениях компании; переход на основной сайт; просмотр галереи участников конкурса.

<http://spasibo.lsr.ru/>

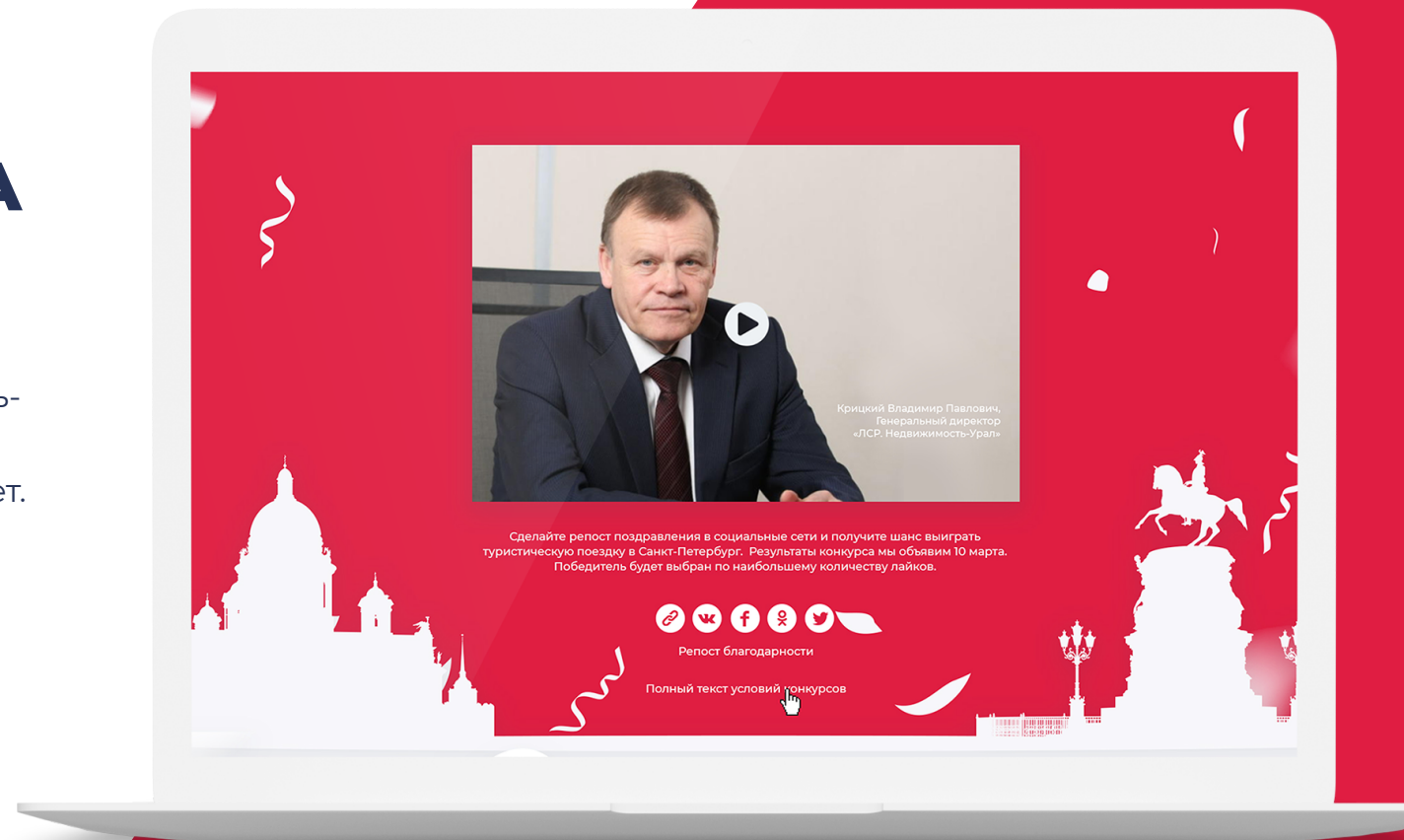


# МЕХАНИКА СПЕЦПРОЕКТА

В видеозаписи генеральный директор «ЛСР.Недвижимость-Урал» Владимир Крицкий лично благодарил всех жителей за доверие и рассказывал об успехах «Группы ЛСР» за 25 лет.

Ссылка на ролик:

<https://vimeo.com/315209774/cca17457e9>



## Наши с вами достижения



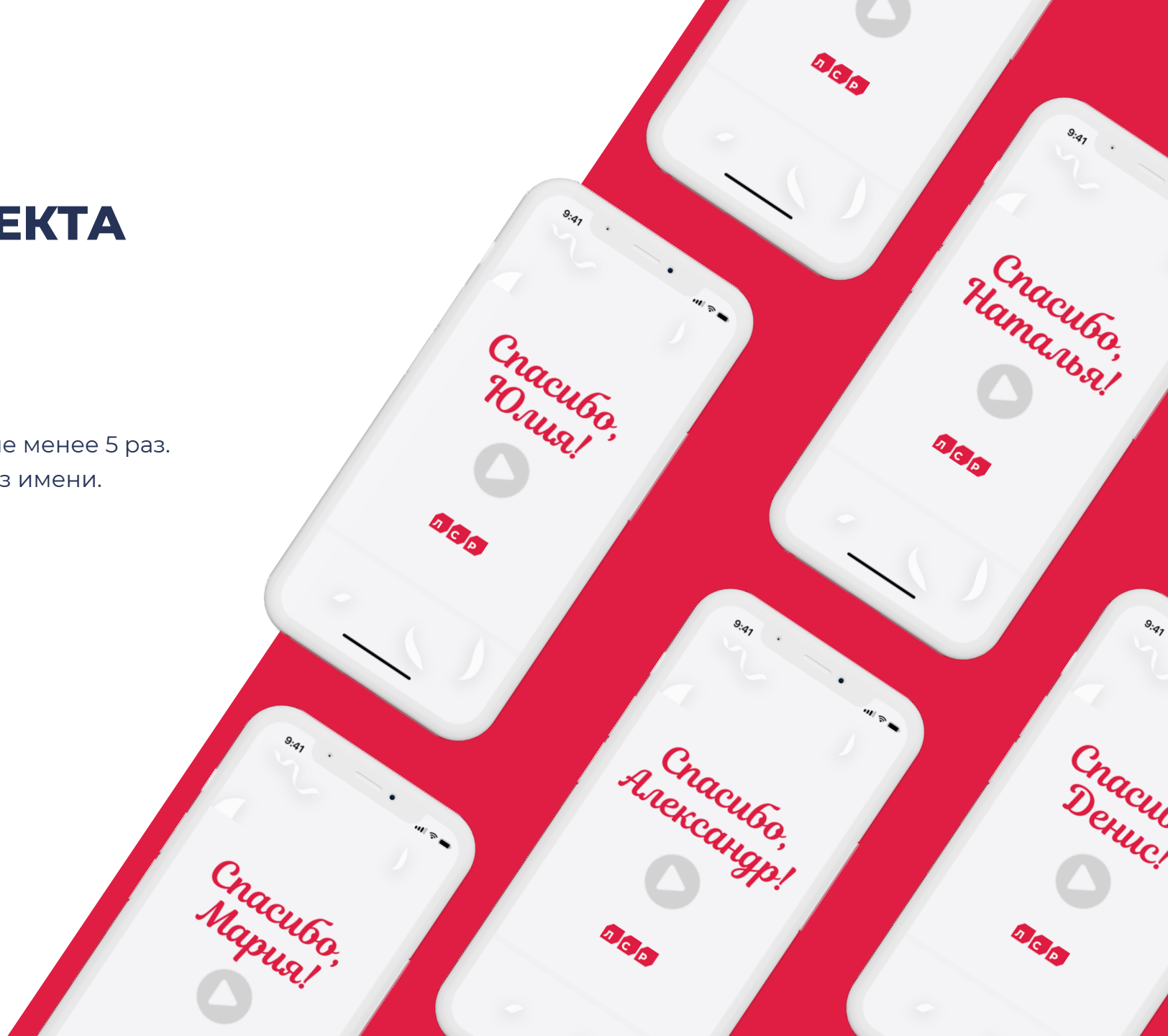
## МЕХАНИКА СПЕЦПРОЕКТА

Было снято 107 роликов с именами клиентов.

Из CRM базы выбрали имена, повторяющиеся не менее 5 раз.  
Для редких имен подготовили общий ролик, без имени.

Ссылка на ролик:

<https://vimeo.com/315209774/cca17457e9>

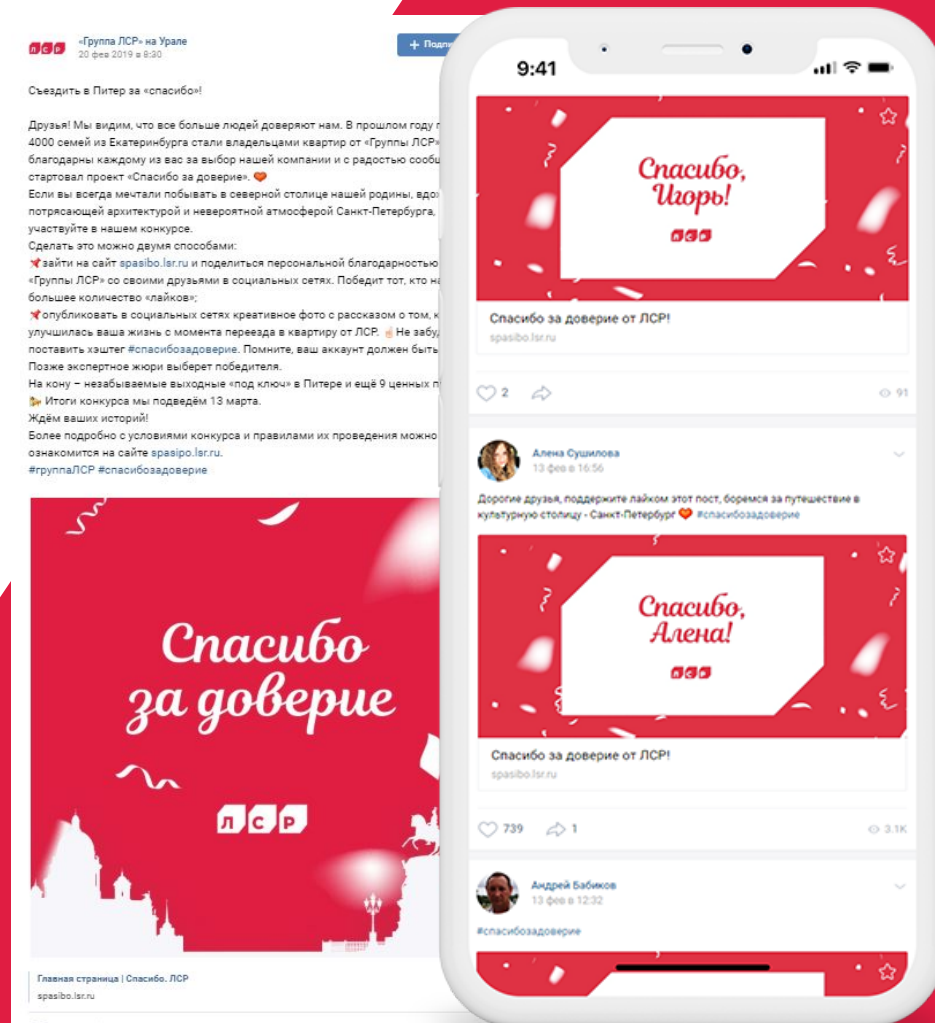


# КОНКУРС РЕПОСТОВ

Затем в соцсетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram) был запущен конкурс.

Среди жителей, поделившихся своей персонализированной видеозаписью от «Группы ЛСР», был разыгран приз — туристическая поездка в Санкт-Петербург, на родину «Группы ЛСР».

Победитель определялся по наибольшему количеству лайков, набранных суммарно по всем соц. сетям.

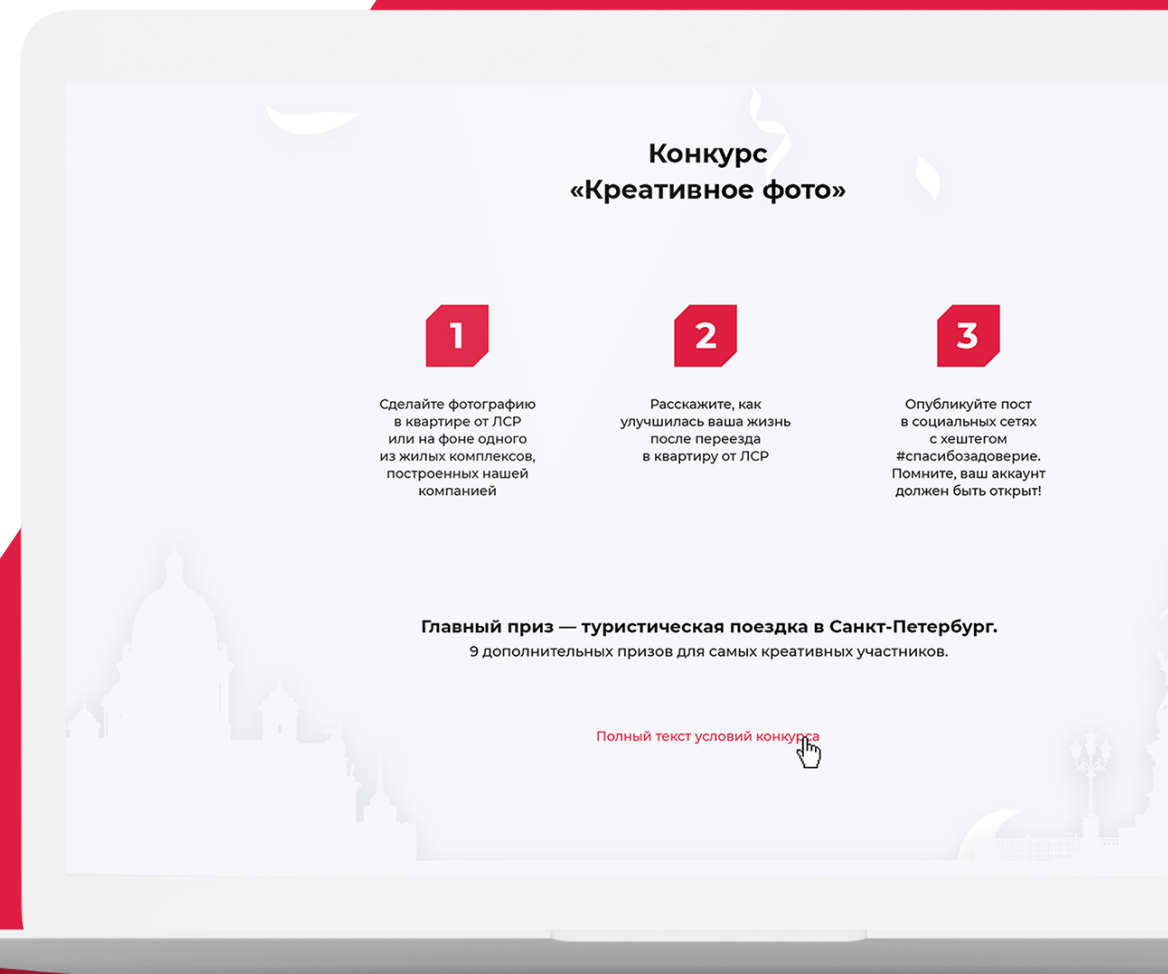


# ФОТОКОНКУРС

Помимо поздравления и конкурса репостов, спустя неделю со старта проекта, мы запустили **дополнительный конкурс в соц. сетях**.

Жителям предлагалось сделать креативное фото в квартире от «Группы ЛСР» или на фоне одного из ЖК (для тех, кто еще не получил ключи, а только недавно заключил договор долевого участия).

Фото должно было продемонстрировать все преимущества жизни в жилых комплексах от «Группы ЛСР».



## Участники конкурса

Те, кто уже выбрал квартиры от ЛСР



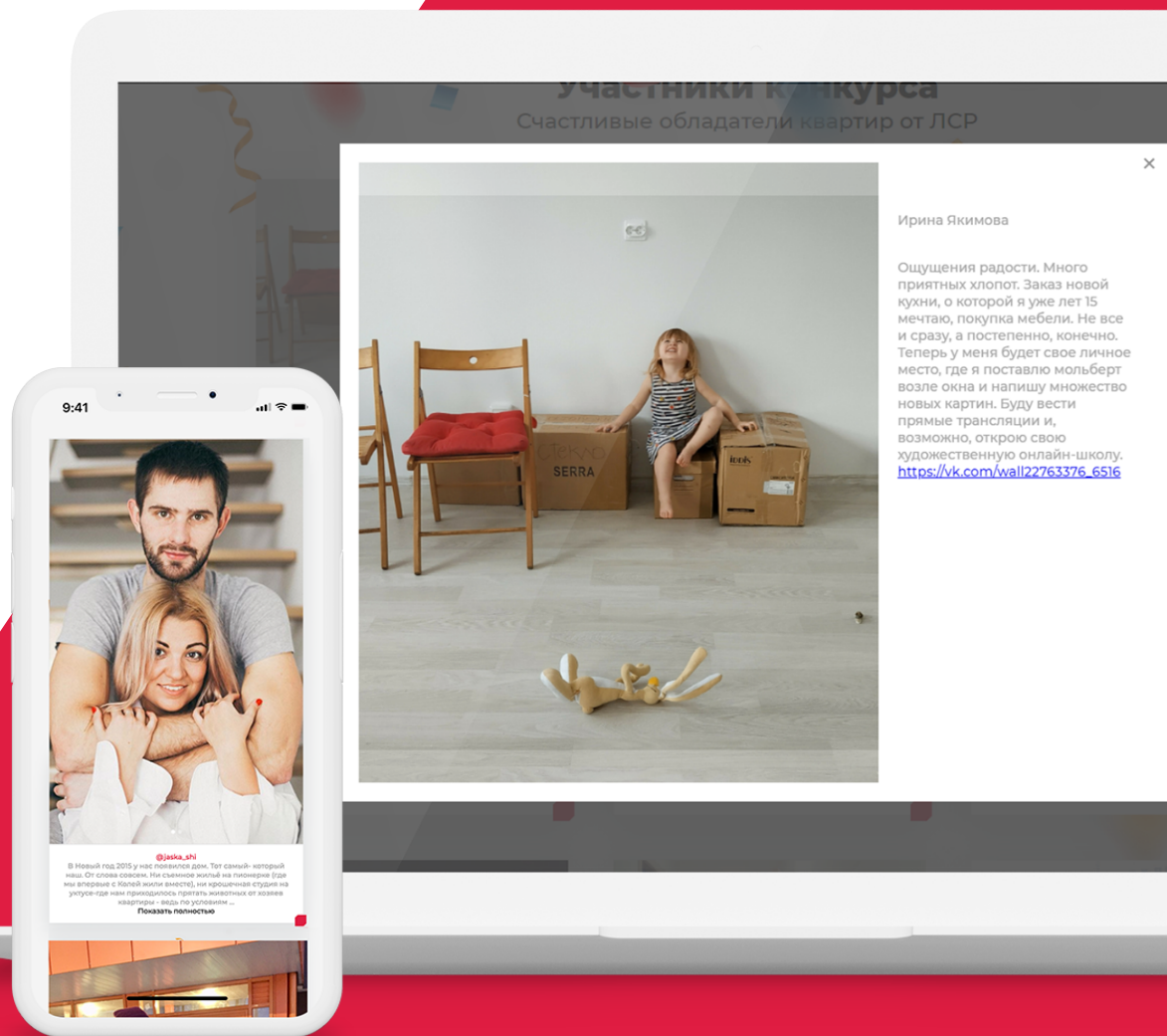


# ФОТОКОНКУРС

Фотографиями пользователи делились в социальных сетях под хэштегом **#спасибозадоверие**.

В ходе конкурса были получены искренние, живые и трогательные истории: появление нового бизнеса у художницы, счастливое завершение эпопеи у обманутой дольщицы, рождение ребенка после переезда в новую квартиру. Мы решили задачу генерации яркого и уникального контента от пользователей.

Главным призом этого конкурса также стала туристическая поездка в Санкт-Петербург. Еще 9 человек получили специальные призы от «Группы ЛСР».



## РЕШЕНИЯ В OFFLINE-КАМПАНИИ

После старта digital-проекта и конкурса с соц. сетях мы запустили **охватную кампанию в наружной рекламе**. Нашей целью было рассказать аудитории по всему городу, что есть большое количество людей, которые сделали выбор в пользу квартир от «Группы ЛСР».

Для решения этой задачи были выбраны digital-форматы: **цифровые суперсайты и мультивидеоэкраны**, расположенные на самых основных магистралях города, в трафиковых местах. Именно digital-носители позволили реализовать размещение такого количества макетов при ограниченном бюджете.



## РЕШЕНИЯ В OFFLINE-КАМПАНИИ

---

Первые 2 недели проекта мы размещали макеты с персонализированной благодарностью. Для этого было создано 120 анимированных макетов с именами.

В день демонстрировалось по 5 разных макетов на каждом носителе в разной ротации, т.е. на разных конструкциях в один и тот же день были отличающиеся имена.

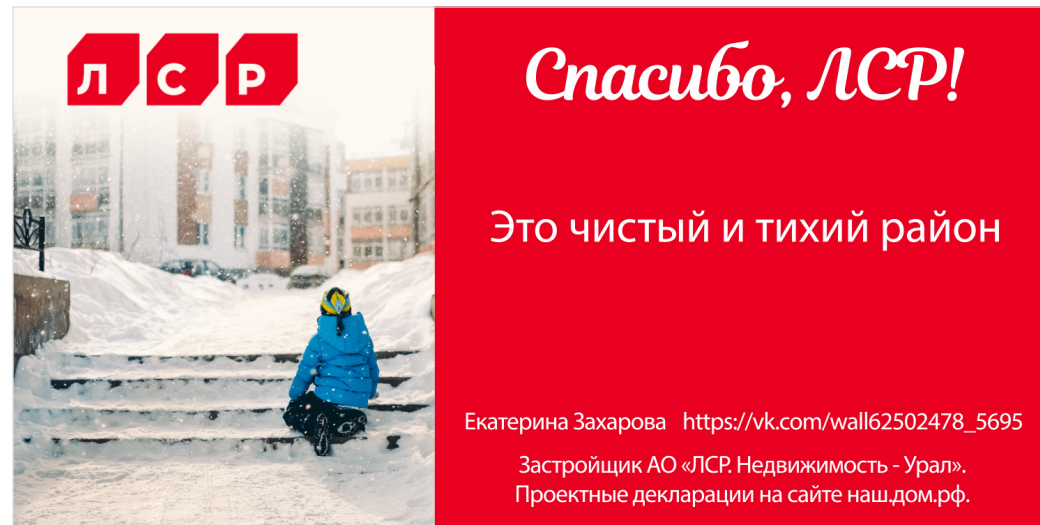


## РЕШЕНИЯ В OFFLINE-КАМПАНИИ

Затем стартовало размещение макетов, созданных из креативных фото участников фотоконкурса.

**Макеты создавались в онлайн-режиме.** Была проведена большая работа по коммуникации с участниками проекта и оперативному запуску кампании.

Всего было выбрано и согласовано 12 наиболее красивых фотографий от первых участников. Из них были созданы анимированные ролики. Участники конкурса стали местными звездами.



*Спасибо, ЛСПР!*

Это чистый и тихий район

Екатерина Захарова [https://vk.com/wall62502478\\_5695](https://vk.com/wall62502478_5695)

Застройщик АО «ЛСПР. Недвижимость - Урал».  
Проектные декларации на сайте наш.дом.рф.



*Спасибо, ЛСПР!*

Теперь у меня будет  
личное пространство.

Может, даже, открою  
свою школу.

Ирина Якимова <https://vk.com/giba2013>

Застройщик АО «ЛСПР. Недвижимость - Урал».  
Проектные декларации на сайте наш.дом.рф.

# РЕШЕНИЯ В OFFLINE-КАМПАНИИ

**13.03.19 были подведены итоги конкурса, названы победители.**

16.03.19 в офисе ЛСР состоялось торжественное вручение призов. Призеры и победители получили свои награды из рук генерального и коммерческого директоров уральского подразделения «Группы ЛСР». 2-14 апреля победители, которые могли взять с собой еще одного человека, посетили Санкт-Петербург.

Экскурсии в Эрмитаж и Гранд-макет, прогулялись по городу, поужинали в ресторане, расположенном в здании 18-го века. Все это подарило массу впечатлений клиентам «Группы ЛСР» — никто из них ранее в этом городе не был.



4 664 просмотра

32 2

1:04

5.1K



«Группа ЛСР» на Урале

16 мар в 14:29

Пора подвести итоги конкурса «Спасибо за доверие».

Мы получили несколько десятков классных историй и не менее крутых фотографий от жителей наших домов. Мы проживали вместе с вами те счастливые мгновения, которыми вы делились. Более ста человек поучаствовали в конкурсе репостов. Мы благодарим каждого участника. Но, по условиям конкурса, главных призов всего два.

[Показать полностью...](#)



93 3

17K



«Группа ЛСР» на Урале

8 мар в 7:30

Поздравляем Вас с Международным женским днем!  
8 марта – первый весенний праздник, символ любви, гимн Женщине.

Желаем Вам в этот замечательный день безграничного счастья, благополучия и здоровья. Спасибо, что вдохновляете окружающих на достижение новых высот, дарите свои заботу, внимание и мудрость, наполняете мир гармонией.

# РЕШЕНИЯ В OFFLINE-КАМПАНИИ

Изюминкой поездки стала трехчасовая авторская экскурсия, разработанная специально для этого проекта. Гостям были показаны исторические здания в нескольких архитектурных стилях и жилые комплексы, построенные «Группой ЛСР» в аналогичных направлениях. Жемчужины домостроения впечатлили победителей и поразили своей красотой, продуманностью инженерных решений и стремлением «Группы ЛСР» сохранить исторический облик одного из самых красивых городов нашей страны.

По результатам поездки были сняты фото и видео материалы, вышли статьи в СМИ, соц. сетях группы.

Видеоотчет о поездке победителей спецпроекта:

<https://drive.google.com/file/d/13trOpJrNFEv5VkaXRQthJISyenGMHqNm/view?usp=sharing>



«Группа ЛСР» на Урале

2 мая в 9:44

Завершился масштабный проект «Спасибо за доверие» для клиентов, купивших квартиры от «Группы ЛСР» в Екатеринбурге.

Победители – Лидия Полшкова с дочерью Настей и Джастина Шишина с мужем Николаем и сыном Мишей – провели выходные в Санкт-Петербурге, на родине «Группы ЛСР».

В Северной столице для них была организована архитектурная экскурсия с осмотром достопримечательностей и знаковых для нашей компании проектов – «Смольного парка» и «Русского дома».

И пускай проект «Спасибо за доверие» завершён, мы ещё раз благодарим всех участников, а также тех, кто живёт в домах, построенных «Группой ЛСР».

#группаЛСР



4 665 просмотров



32



2

5.1K

# РЕЗУЛЬТАТЫ

**+ 11 610**

Охват  
E-mail-рассылки

**+ 200 000**

Виральный охват в соцсетях,  
PR- поддержка  
на региональных  
площадках

**+ 850 257**

Охват наружной рекламы:  
(70% населения города)

**+ 1 323 527**

Охват медийной кампании

# РЕЗУЛЬТАТЫ

Дополнительные незапланированные положительные эффекты:

HR-эффект: сотрудники компании услышали добрые слова от клиентов, увидели, что их работодатель делает такие искренние и живые спецпроекты, по-новому взглянули на генерального директора, произносящего слова благодарности. Это дало дополнительную мотивацию к работе, повлияло на эмоциональное состояние коллектива, в том числе — сотрудников отдела продаж и сопровождения.

