

PLAY

STONE HEDGE

CONTENTS

00

Атрибуты бренда | Brand attributes

01

Аудитория бренда | Brand audience

02

Инсайт покупателя | Consumer insight

03

Обещание бренда | Brand Promise

04

Семантика названия бренда | Brand name Semantics

05

Легенда бренда | Brand legend

06

Tone of voice | Характер бренда

07

Суть бренда | Brand essence

08

Дескриптор бренда | Brand descriptor

09

Атрибуты бренда

Brand attributes

Ключевые характеристики
проекта, которые легли в основу
позиционирования

01

Доступный премиум-класс

Апартаменты небольшой площади

Транспортная доступность

Современная архитектура от ADM

Дизайн интерьеров от Nowadays

Развитая городская среда

Приватный внутренний двор

Инновационные инженерные решения

Арт-объекты на территории

Digital art в лобби

Аудитория бренда
Brand audience

Описание ядра покупателей, которым
адресовано позиционирование бренда

02

Молодые люди 25-37 лет, успешные стартаперы, амбициозные топ-менеджеры, сделавшие блестящую карьеру, IT-профессионалы, зарабатывающие на новых технологиях. Они знают себе цену, многого достигли и уверены в будущем. В то же время не зациклены на работе, живут полной жизнью, стараясь успеть всё. Мобильны, коммуникабельны, любят путешествовать, активно используют социальные сети для нетворкинга и самовыражения. При выборе недвижимости сочетают взвешенный рациональный подход с эмоциональным «это моё!».



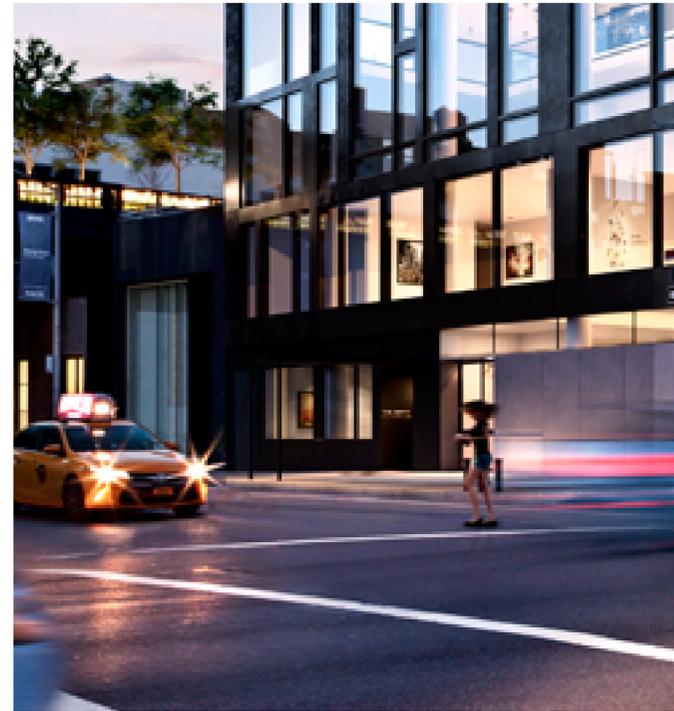
Инсайт покупателя
Consumer insight

Эмоциональная потребность покупателя,
которой отвечает позиционирование
бренда

03

Запуск нового бизнес-проекта, альпийская трасса, которую нужно покорить, открытие новой модной галереи... Я знаю, что хочу от жизни, и не упускаю возможности, которые она мне предоставляет. Когда достиг многого, главное – не останавливаться, а продолжать развиваться, идти вперед.

Дом премиум класса соответствует моим амбициям. Он должен подходить не только для моего настоящего, но и для будущего, для того, чего я добьюсь через несколько лет. Стиль, комфорт, технологии в моем доме должны быть актуальны для сегодняшнего и завтрашнего дня.



Обещание бренда

Brand Promise

Основная ценность проекта
для ядра целевой аудитории

04

PLAY – это пространство для энергичных людей, которое дает ощущение постоянной динамики и стремления в будущее. Эмоционально и технологически PLAY превосходит позитивные изменения, которые происходят в вашей жизни.

Мы называем это Progressive Premium, прогрессивный премиум-класс.



Семантика названия бренда
Brand name Semantics

Ключевые смыслы, заложенные
в название бренда

05

Название PLAY объединяет три семантических территории, близкие аудитории бренда

1. Жизнь-игра. Легкое отношение к жизни, позитивное мышление, способность достичь вершины без видимого напряжения и не переживать из-за временных трудностей.

2. Движение без остановки. Жизнь в режиме 24/7, ночь, праздники, выходные, все это не имеет значения, если идешь к цели и получаешь удовольствие от процесса.

3. Медиа. Музыка, кино, видеоблоги, подкасты, онлайн трансляции и т.п. – медиаконтент стал важной частью жизни нашей аудитории, как в качестве развлечения, так и в качестве бизнес-инструмента.

Легенда бренда

Brand legend

Эмоционально заряженный рассказ
о проекте, отражающий его ключевую
ценность для покупателей

06

Жизнь, наполненная новыми идеями, проектами, знакомствами и впечатлениями. Каждый день – это новая ступень в постоянном движении вперед и вверх. Если вы живете в этом ритме, ваш дом тоже не может стоять на месте, он должен быть динамичным, готовым к будущему. Задавать высокую планку не только для сегодняшнего дня, но и на несколько лет вперед. Привлекать людей, которые чувствуют время и мир вокруг так же как вы.

PLAY – это дом, достойный ваших настоящих и будущих достижений. Прогрессивная архитектура, модная арт-концепция, смарт-планировки. И все это - близко к центру, в 2 минутах от метро, в окружении ресторанов, торговых центров и рядом с аутентичным Даниловским рынком. Рациональный выбор тех, кто живет в ритме большого города.

Здесь будут жить энергичные успешные люди, с которыми всегда можно найти общий язык и даже вместе реализовать новый проект.

Жить в PLAY – значит, уже сегодня получить уровень жизни премиум класса, и каждый день наслаждаться тем, что соседи с вами на одной волне.

Характер бренда

Tone of voice

Тональность, которой должны быть пронизаны все коммуникации проекта, начиная от рекламы и PR, и заканчивая манерой общения менеджеров по продажам

07

Динамичный

Стильный

Харизматичный

Рациональный

Новаторский

Суть бренда
Brand essence

Ключевая идея проекта

08

PLAY.

Дом современного премиум класса,
задающий представление об эстетике
прогресса

Дескриптор бренда
Brand descriptor

Описание, дополняющее
название бренда

09

PLAY. Progressive Premium

Краткое описание дома и его класса

PLAY – дом класса **Progressive Premium** для динамичных людей, которые умеют ценить новое.

+

Progressive Premium – высокий уровень технологий, дизайна и эргономики жилого пространства.

=

PLAY – дом класса Progressive Premium, задающий представление об эстетике современного уюта. Технологии, дизайн и эргономика пространства дома работают в соответствии с требованиями динамичной жизни горожан, которые умеют ценить новое.

PLAY

STONE HEDGE