

UNIQ Development & Springs:

*как сформировать доверие
премиум-аудитории
через экспертность и эстетику*



РЫНОК

Премиум-девелопмент
в соцсетях —
консервативная зона.

Большинство проектов ведут коммуникацию формально: публикуются рендеры, стандартные анонсы и сухие рерайты пресс-релизы.

TG-каналы играют вторичную роль в массе компаний.

Аудитория редко вовлекается, а устойчивая связь с брендом не формируется.



Проблема

UNIQ Development и Springs — новые бренды на рынке премиального сегмента без широкого знания среди аудитории.

ЦА — люди с доходом от 50 млн ₽ в год, которых отличает низкая активность в социальных сетях. У них нет привычки подписываться или комментировать, а уровень доверия к проектам определяется другими критериями.

В условиях перенасыщенного и визуально однообразного сегмента необходимо было найти свой стиль, который вызовет отклик у данного сегмента. А также придумать решение, как рассказать о компании и флагманском проекте при недостатке собственных материалов.

процентов
знания у ЦА

Инсайт

Наша аудитория покупает не квадратные метры, а определенный стиль жизни. Они мыслят не характеристиками, а состояниями и ощущениями.

Эмоциональный фактор в принятии решений и доверие — ключевые.

Поэтому соцсети должны работать не как лента новостей, а как пространство, создающее атмосферу и вызывающее желание оказаться «внутри» этой эстетики и сформировать образ опытной команды, за плечами которой ряд успешных проектов в рамках других брендов.

Аудитория
покупает не
не метры,
а СТИЛЬ ЖИЗНИ



Описание кейса

1 из 2

Номинируемые страницы

и количество подписчиков (на 31.05.2025):

Instagram * UNIQ — 165 подписчиков

VK UNIQ — 163 подписчиков

Telegram UNIQ — 732 подписчиков

Instagram Springs — 102 подписчика

Рассматриваемый период

коммуникации:

Сентябрь 2024 — Май 2025

In-house команда

UNIQ Development — новый девелопер, работающий в высоком ценовом сегменте.

Аудитория — обеспеченные люди 35+, не вовлеченные в традиционную коммуникацию в соцсетях.

Наша задача — выстроить с этой аудиторией контакт через визуал, эстетику и аккуратную, уверенную тональность.

Мы говорим не про метры, а про стиль жизни.

* Принадлежит Meta, запрещенной организации на территории РФ



Кейс включает два проекта:

UNIQ Development (бренд девелопера):

Концепция «Свои среди своих».

Контент транслирует экспертизу команды девелопера, современный подход к строительству премиальных объектов и взгляд со стороны партнеров проекта.

Каналы: Instagram*, VK, Telegram.

Springs (ЖК):

Концепция «Wellness как стиль жизни».

Контент транслирует ощущение образа жизни и эстетики пространства.

Канал: Instagram*.

Целевая аудитория:

Мужчины и женщины 35+, доход от 50 млн ₽ в год, владельцы бизнеса, инвесторы, топ-менеджеры. Для них важны: статус, безопасность, эстетика, личный подход. Они склонны к доверию через эмпатию и вкус. Не подписываются массово, но сохраняют, репостят, делятся с партнерами.

* Принадлежит Meta, запрещенной организации на территории РФ



Концепция для коммуникации бренда
девелопера сформирована вокруг тезиса

Свой *среди* **СВОИХ**

Аудитория премиум-сегмента



Для покупателей в сегменте премиум одним из основных критериев к выбору проекта (помимо локации) является доверие к девелоперу. Для UNIQ Development это стало вызовом и одновременно концепцией в будущей коммуникации во всех каналах: необходимо донести до аудитории, что бренд новый, но за плечами команды уже есть ряд знаковых и коммерчески успешных для столицы проектов.

Поэтому платформой для контента стала экспертиза: анализ рынка, подход к строительству и выбору партнеров, философия компании в части реализации сложных и дорогостоящих объектов. Сам контент упакован в формат премиального журнала, который приятно полистать, когда есть свободная минута.

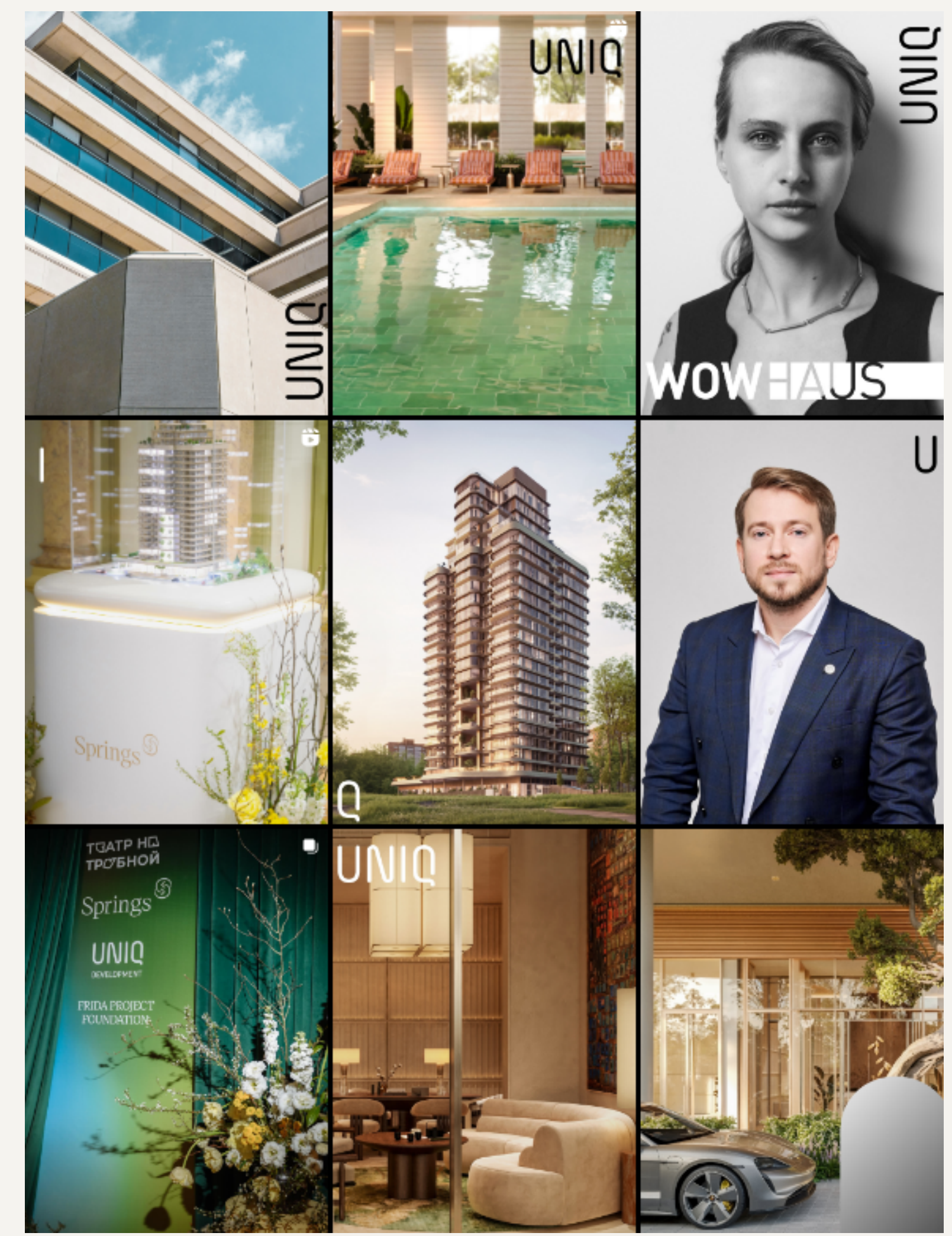
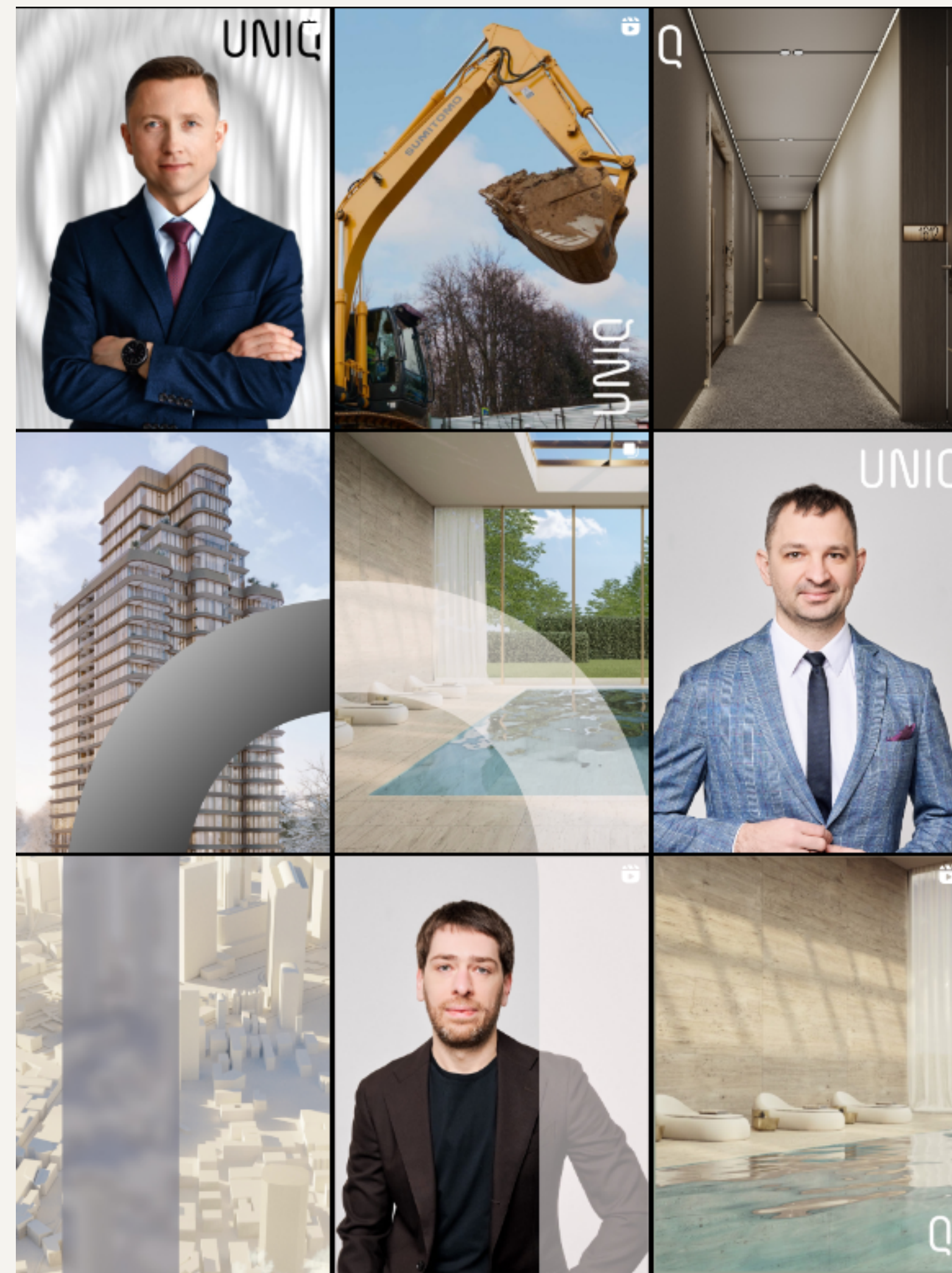
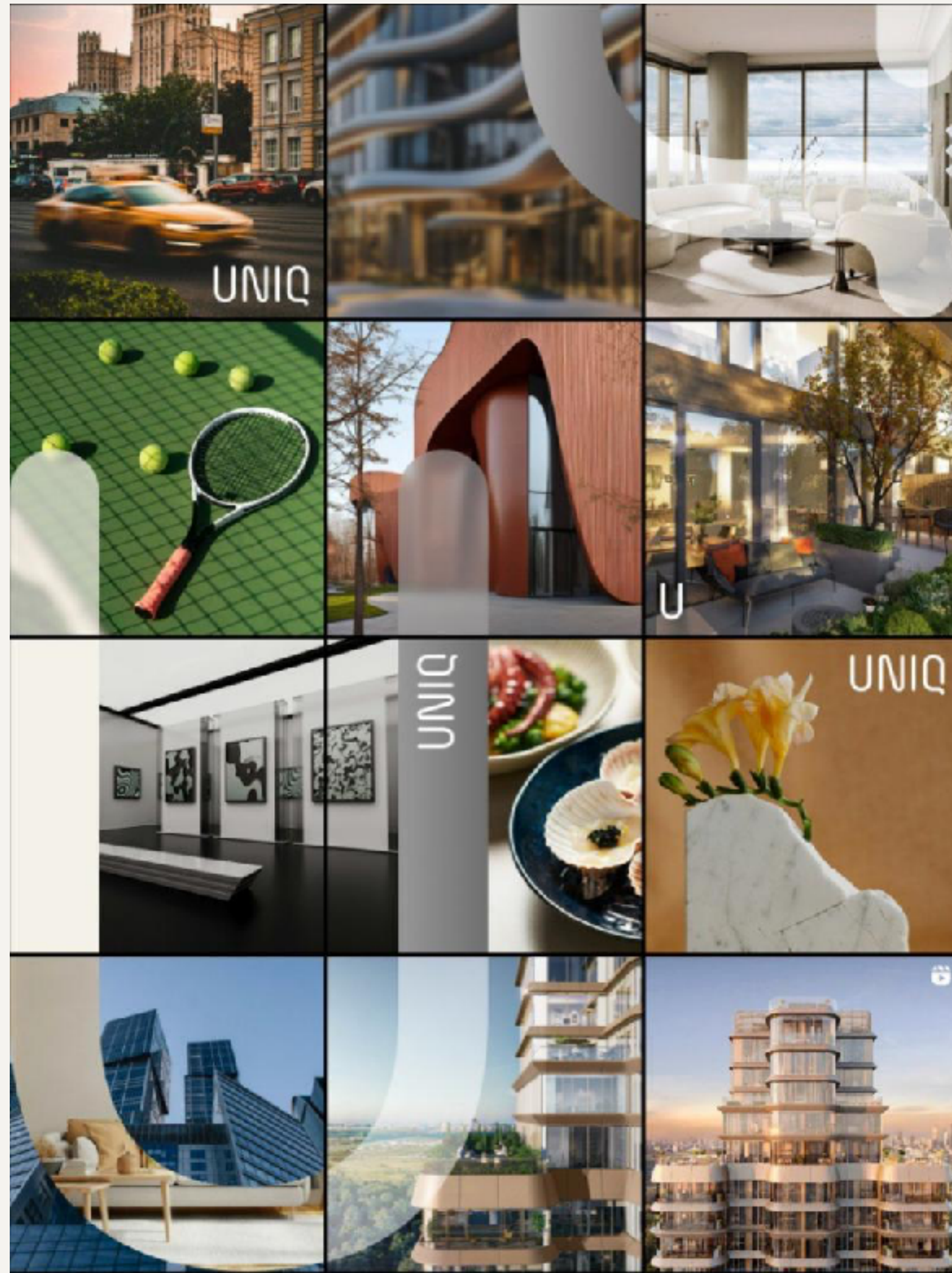
Мы затрагивали темы рыночного спроса и предложения в премиальном сегменте, делились экспертным мнением о подходе к проекту от реальных участников процесса, формировали доверие через призму многолетнего опыта и понимания, что от нас ждет клиент, а также дополняли его актуальными новостями компании.



Наполнение и инструментарий

- Мини-интервью с командой
- Актуальные события (мероприятия, партнерские проекты, новости по рынку премиум-сегмента)
- Собственная аналитика
- Мнение партнеров проекта
- Текстовые, графические и видео-посты
- Использование реальных и генеративных изображений
- Единый визуальный код и брендовые элементы
- CGI
- Продвижение через посеы и TG Ads





Концепция для коммуникации бренда объекта
сформирована вокруг тезиса

Wellness как *СТИЛЬ ЖИЗНИ*

Аудитория премиум-сегмента



Клубный дом Springs — единственный проект в России с концепцией Wellness-space. Этот формат набирает популярность в мире как для проживания, так и для инвестиций.

Быть первопроходцами всегда тяжело, поэтому мы решили сформировать ядро контента вокруг визуальной эстетики, которая передает настроение, отвечает на запросы аудитории в стремлении к здоровому образу жизни и повышению ее качества, а также знакомит с новой типологией жилого пространства, в котором фитнес и SPA-центр интегрированы в сам продукт и являются неотъемлемой частью повседневности.

Ввиду ограниченного числа материалов, мы активно использовали CGI-анимации, поддерживающие wellness-направленность, рассказывали о философии проекта, делились уникальными разработками в части продукта и коллаборациями бренда.



Наполнение и инструментарий:

- Продуктовые решения
- Описание wellness-концепции
- Эстетика экстерьеров и интерьеров
- Экспертная аналитика
- Коллаборации
- Мнение партнеров проекта
- Новости о преобразении района
- CGI и 2D-анимации (абстрактная и реальная)
- Единый визуальный код и брендовые элементы
- Использование генеративных изображений, рендеров и реальных фотографий
- Платное продвижение отсутствовало





Все созданные
анимации для проекта
доступны [по ссылке](#)



Результаты

Сводные данные (сентябрь — май)

- Контент: 390 единиц
- Суммарный охват: ~350 000
- Подписчики: 1 200+
- Переходы на сайт: ~200
- ER: 17%

Лиды: ~12 заявок,
атрибуцированных
из соцсетей (органика),
1 сделка



ССЫЛКИ

Springs 



Instagram* Springs

UNIQ



Instagram* UNIQ



Telegram UNIQ



VK UNIQ

** Принадлежит Meta, запрещенной организации на территории РФ*

