

**ПОТОМУ ЧТО ЖИЗНЬ
МОЖНО СПРОЕКТИРОВАТЬ**

БРУСНИКА

Контекст

О чем реклама застройщиков сегодня?

Все предлагают скидки, рассрочку на первоначальный взнос, выгодные условия по ипотеке и прочие «удобные» способы покупки.

Продвигая атрибуты конкретных проектов, все говорят об одном и том же: красивый дом, классная инфраструктура, закрытый двор, подземный паркинг и так далее по списку.

Абсолютно все говорят об одном и том же.

Как дифференцироваться от конкурентов и подчеркнуть надежность, качество и соответствие строящегося жилья всем запросам аудитории?



Информация о проекте

Застройщики пообещали клиентам уже все, что нужно для комфортной жизни: двор без машин, теплый паркинг, коворкинг и прочее. Порой покупателям сложно отличить один проект от другого, вся реклама застройщиков слилась воедино. Все продвигают эти преимущества жилых комплексов, либо привлекают клиентов скидками.

Брусника решила взглянуть на желание клиентов профессионально и применить инженерный подход. Показать, что каждое решение имеет объяснение.



Видеоролик, полное хроно



Видеоролики, 20 сек



Идея

В рекламной кампании Брусника решила говорить о своем инженерном подходе. Но пойти отличным от конкурентов способом и показать не конкретные инженерные фишки, а процесс их создания и использования.

Героем ролика стал любопытный мальчик, который задает миллион “почему?”, прогуливаясь по проектам Брусники.

В ролике показали, что каждое решение, которое реализовано в проекте, имеет за собой инженера.



Цели кампании

1

Улучшение восприятие имиджа бренда с точки зрения современности, инновационности и надежности

2

Сохранение лидерских позиций по воспринимаемому качеству строительства в присутствия

3

Улучшение восприятия бренда в разрезе целевых атрибутов

4

Повышение интереса к бренду

В городах присутствия Брусника занимает лидирующие позиции среди застройщиков по спонтанному и наведенному знанию.

Ключевые каналы

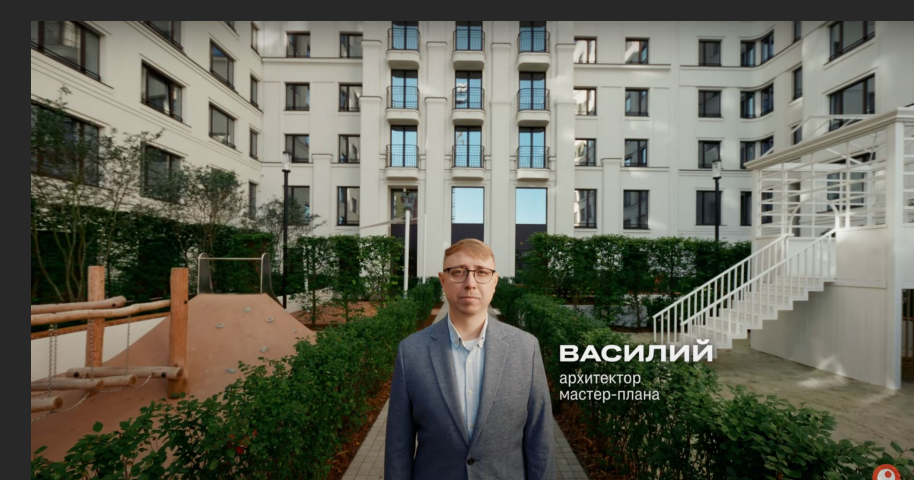
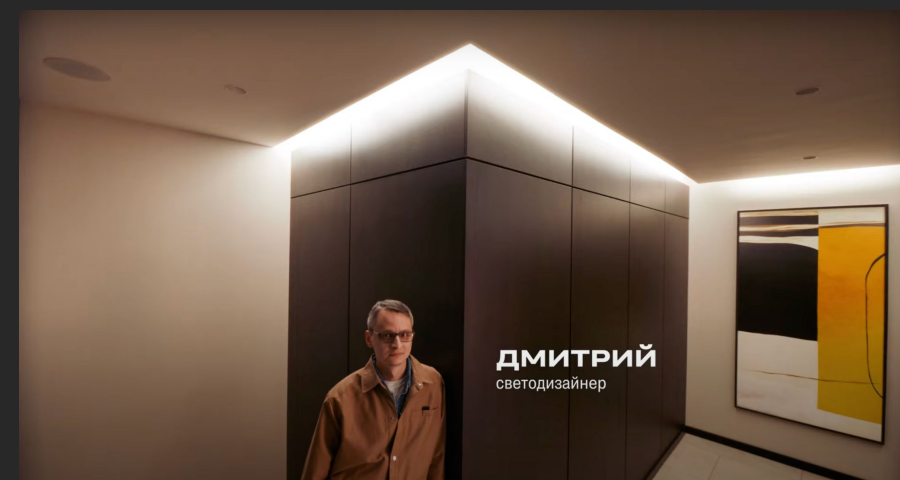
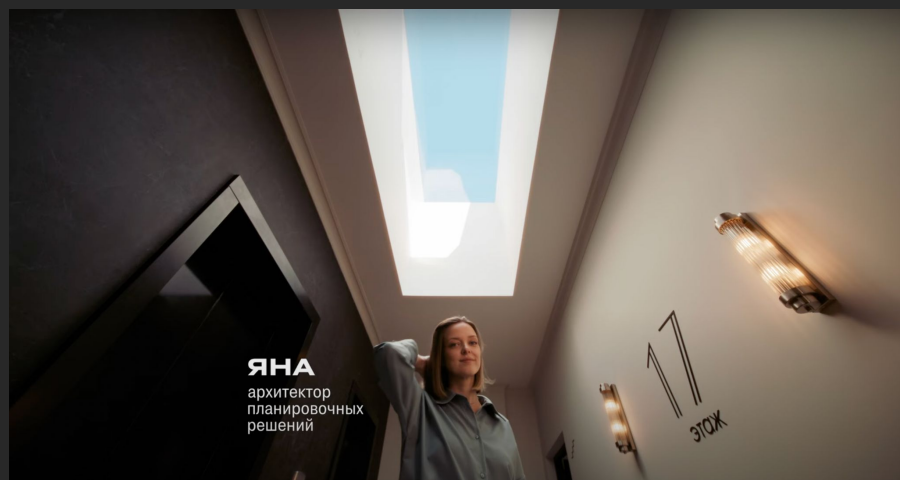
- ТВ & OLV
- ООН & ДООН
- PR
- Радио
- Digital продвижение

География запуска

- Тюмень
- Новосибирск
- Екатеринбург
- Сургут



В рекламном ролике снялись реальные сотрудники Брусники



Ключевые итоги

– Проведенная рекламная кампания позволила улучшить восприятие бренда в разрезе целевых атрибутов*:

+27%

компания строит самое современное жилье

+27%

компания использует современные технологии

+23%

высокое качество строительства

+24%

идеально продуманное жилье

+24%

задает стандарты на рынке недвижимости

– По результатам исследования Брусника занимает лидирующую позицию в регионах по доле аудитории, готовой переплатить за качество и надежность*.

– По итогам 2023г. кампания заняла 1-е место в рейтинге ЕРЗ по потребительским качествам ЖК в России и удвоила продажи**

*Приведены данные из исследования здоровья бренда, проводимого после рекламной кампании в ноябре 2023 г.

Метод сбора: онлайн панель CAWI

Интерпретация результата: Штольцман и Кац

** — <https://erzrf.ru/news/v-2023-godu-brusnika-udvoila-prodazhi-i-voshla-v-top-10-zastroyshchikov-rossii?tag=Спрос>

Спасибо



Здесь
говорим
и показываем