

Искусство в деталях

ТАТТЕ

WOW AWARDS 2025

"Digital рекламный ролик"

Цели кампании

- Повышение интереса к бренду TATE
- Отстройка от конкурентов
- Попадание в выборку 5-ти рассматриваемых ЖК премиум-класса

Контекст

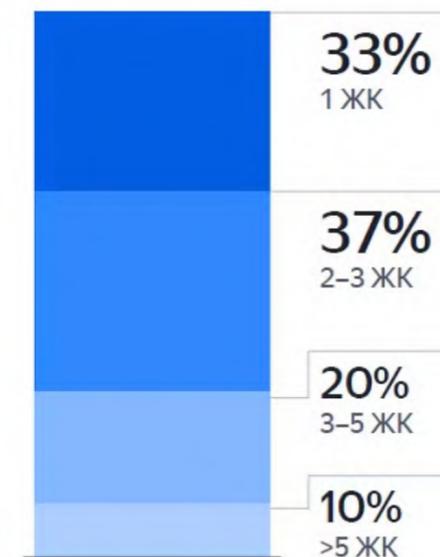
РЫНОК

Согласно данным Яндекса большинство покупателей недвижимости выбирают квартиру из ограниченного числа конкретных ЖК — наибольший процент покупателей рассматривают не более 2–3 ЖК.

Когда у застройщика нет конкурентных финансовых и медийных преимуществ, необходимо усиливать позиции на уровне концепций и философии — как бренда, так и самого жилья.

Большинство покупателей выбирают из ограниченного числа конкретных ЖК

Из какого количества ЖК вы делаете выбор при покупке недвижимости?



Данные онлайн-опроса Яндекса на access-панели, Q3'2024

Позиционирование

Концепция TATE — «дом актуального искусства жить».

Это дом, где стерты границы между жизнью и искусством».

Квартиры в этом ЖК подойдут эстетам и ценителя современного искусства, потому что его жилые и общие пространства, открытая территория с арт-объектами, внутренняя инфраструктура и инженерия, — все придумано для того, чтобы погрузить в атмосферу созидания и творческого отношения к жизни.

Контекст

В текущих рыночных условиях и усиленной борьбе девелоперов за внимание покупателя, необходимо с бОльшим вниманием выстраивать бренд–позиционирование.

Но арт–объекты и нестандартные МАФы на территории, работа с именитыми архитектурными бюро и дизайнерами интерьеров — сейчас это мастхев для любых московских ЖК.

Так что с точки зрения продукта мы можем предложить клиенту, чтобы он почувствовал ту самую жизнь в искусстве?

Идея "Искусство в деталях"

В коллаборации с известными российскими творцами мы проектируем большие и маленькие детали для TATE, превращая наш дом в галерею, где практически каждая деталь является произведением искусства.

Проект

Антон Беляев x Домофон



Мы пригласили Антона Беляева для записи мелодии для домофона в ЖК TATE и сняли об этом два ролика.

Тизер OLV

Старт тизера: 1 апреля 2025

Интригующая история о том,
как Антон вслушивается в уют,
и искал вдохновение
в предметах быта.



[Ссылка](#)

Плизер OLV

Старт плизера: 16 апреля – 31 мая 2025

История про поиски
Антоном смысла дома,
который стал основой
его произведения



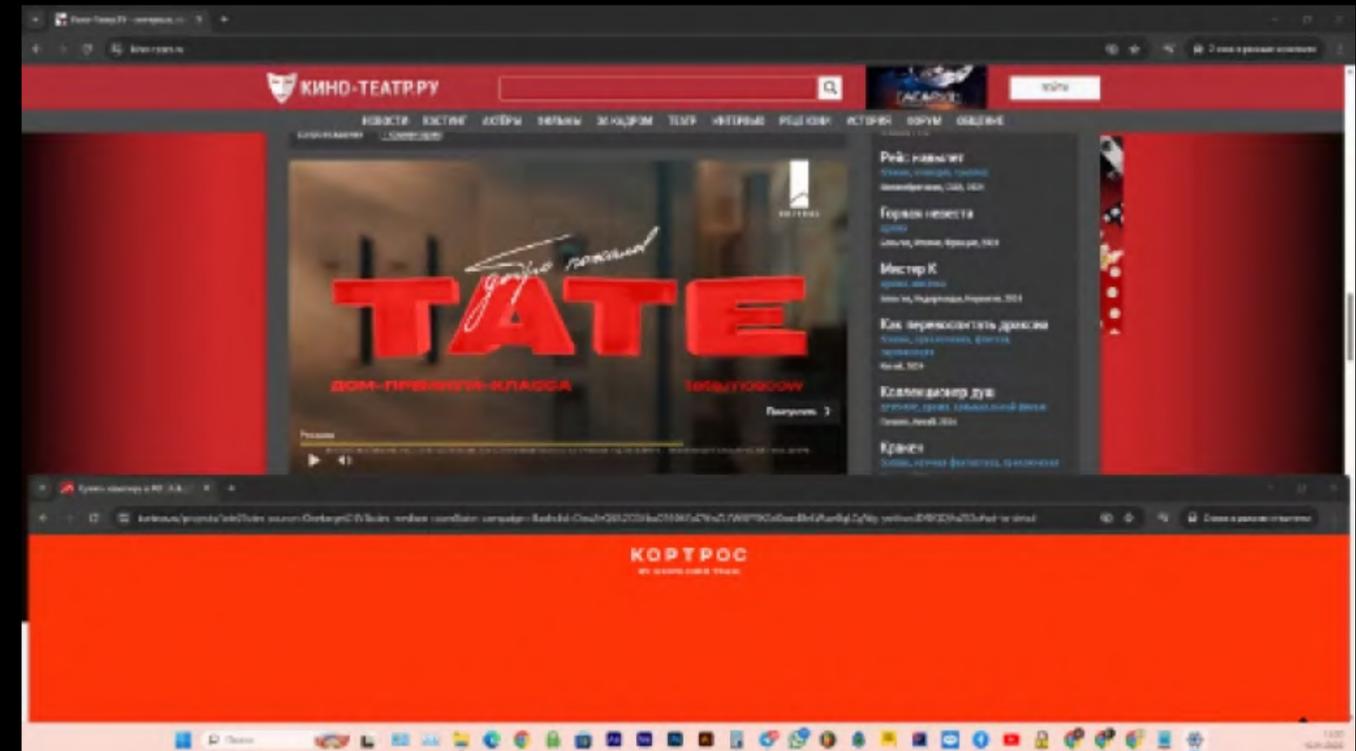
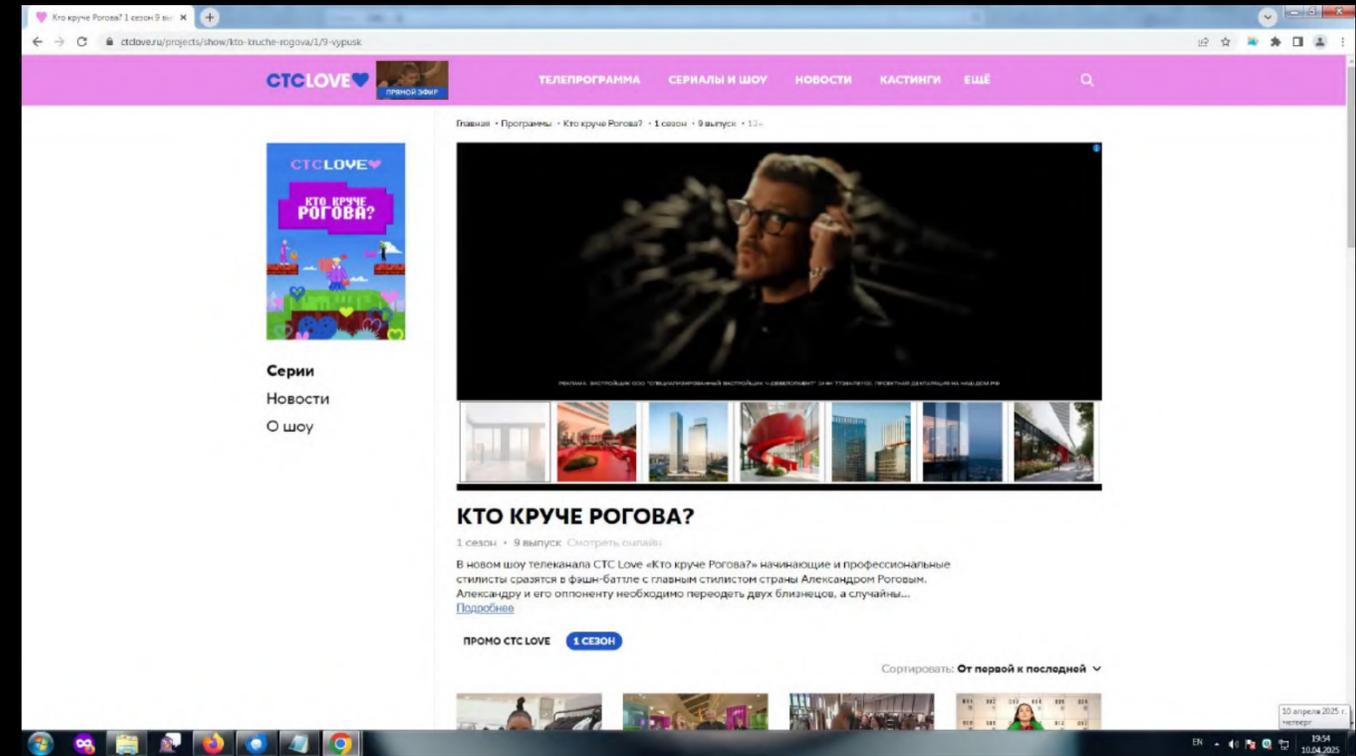
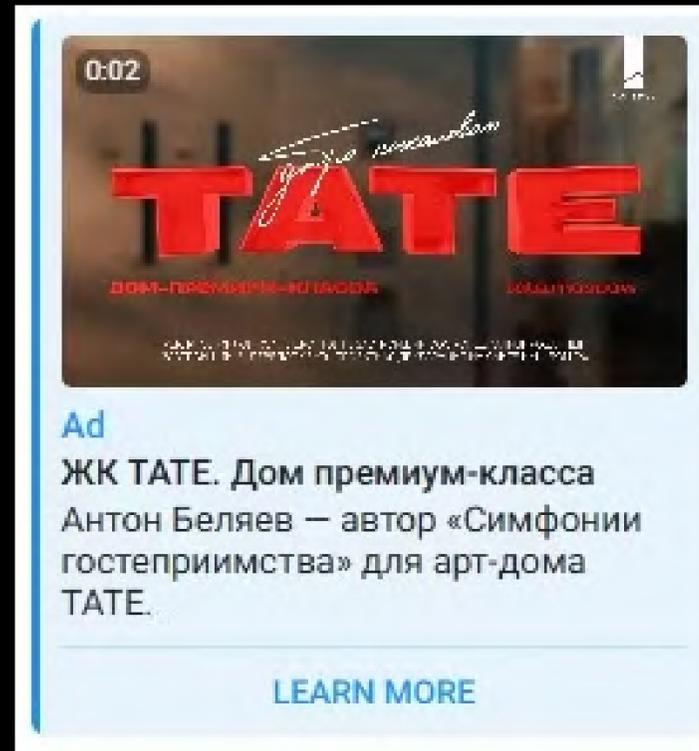
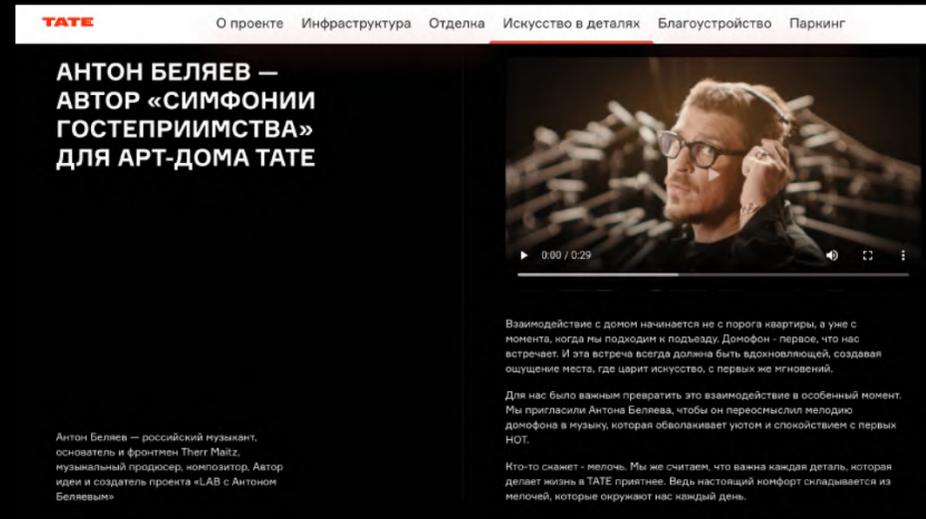
[Ссылка](#)

Каналы размещения

Каналы размещения OLV
(15", 30", 60")

Telegram Ads
Яндекс Видео
VK
Rutube
RedDigital
OneTarget
MediaToday

[Ссылка](#)



Результаты

Результаты

- Повышение интереса к бренду TATE
- Отстройка от конкурентов
- Попадание в выборку 5-ти рассматриваемых ЖК премиум-класса

Было

Распределение звонков в окт'24 – дек'24 после посещения сайта ЖК TATE

56% пользователей, которые были на сайте ЖК TATE, оставили заявку только там



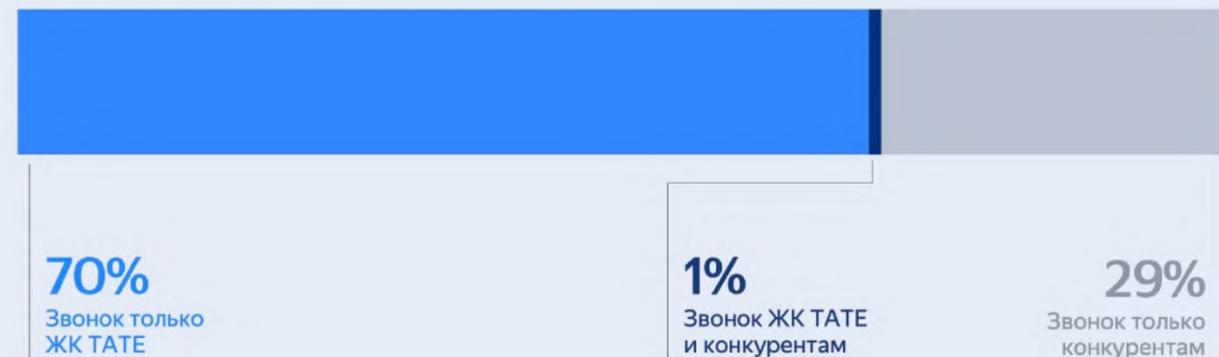
Данные Яндекс. Q4'24. Москва и область

43

Стало

Распределение звонков в марте—апреле 2025 после посещения сайта ЖК TATE

70% пользователей, которые были на сайте ЖК TATE, оставили заявку только там



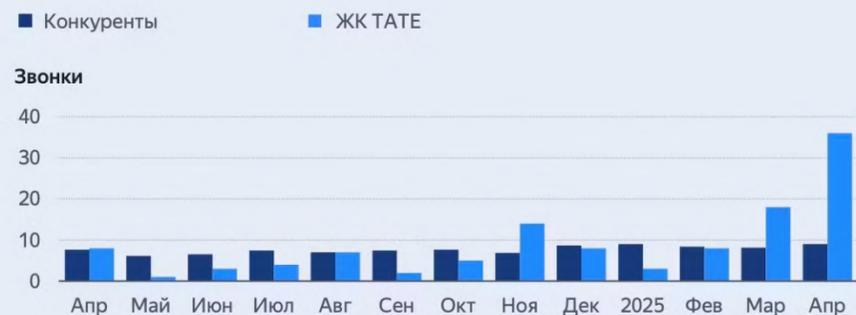
Данные Яндекс. Март—апрель 2025. Москва и Московская область

14

Результаты

- Повышение интереса к бренду TATE
- Отстройка от конкурентов
- Попадание в выборку 5-ти рассматриваемых ЖК премиум-класса

РСЯ: В мар-апр'25 vs янв-фев'25 у ЖК TATE вырос объем конверсий с РСЯ кампаний на 391% со снижением их стоимости на 67%



Данные Яндекс. Валюта: руб. (без НДС). Москва и область

21

Мар-Апр'25 vs Янв-Фев'25

- + Рост трафика на tate.moscow на **40%**
- + Стоимость брендового целевого обращения в контексте **-31%**
- + ЦО по брендовым запросам в контексте **+37%**
- + VTR **87%**
Ср. CTR **3,2%**

Спасибо