



микро
город

ВНЕСУ

ОТРАЖЕНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА
ЖИЛЬЯ МИКРОГОРОДА «В ЛЕСУ»
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

ОПИСАНИЕ ЖК МИКРОГОРОД «В ЛЕСУ»

Расположение Микроргород "В лесу" позволяет жителям **наслаждаться всеми благами мегаполиса за городом.**

Основная концепция ЖК – поддержание физического и ментального здоровье каждого жителя.

ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ЖК:

- хорошая экология,
- яркая архитектура в европейском стиле,
- развитая инфраструктура района,
- зеленые дворы без машин,
- квартиры с отделкой на выбор,
- атмосфера добрососедства



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ МИКРОГОРОДА «В ЛЕСУ»

Пол: 50/50

М/Ж в примерно равных пропорциях

Возраст: 23-30

Улучшение качества жилья, сепарация от родителей, создание семьи, расширение семьи, переезд из регионов

Возраст: 31-45

Улучшение качества жилья, расширение семьи, жизнь с родственниками в одном районе, инвестиции, покупка для родителей

Основные триггеры к приобретению квартир в ЖК:

Привлекательная цена в сравнении с жильем в Москве

Близкое расположение к Москве

Зеленый район с лесопарком на территории ЖК

Развитая инфраструктура

Яркая авторская архитектура

Разнообразие планировок квартир

Отделка квартиры с возможностью выбора стиля

Благоустроенные дворы без машин и паркинг

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА


ЦЕЛИ ПРОЕКТА:

- Продвинуть продажу квартир в ЖК Микрогород «В лесу»
- Сформировать привлекательный имидж дома и застройщика
- Продвинуть образ жизни в ЖК, где вся необходимая инфраструктура находится «под рукой»

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:

- Продемонстрировать ЦА преимущества ЖК Микрогород «В лесу»
- Побудить потенциального покупателя стать частью Микрогорода – микрогорожанином
- Мотивировать жильцов ЖК самим формировать привлекательный образ данной локации
- Побуждение к использованию местной инфраструктуры (рестораны, кафе, химчистки, коворкинг и т.д.)



The background features a repeating pattern of stylized trees and small circles. The trees are represented by simple lines forming a canopy and a trunk, while the circles are small and light-colored. The pattern is arranged in a grid-like fashion across the entire page.

**НОВЫЙ ПОДХОД К ВЕДЕНИЮ SM
ДЛЯ МИКРОГОРОД «В ЛЕСУ»**

SMM НА 1, 2, 3

1

ГОВОРИМ НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ С АУДИТОРИЕЙ

Актуальные для аудитории и релевантные бренду ЖК темы

Адаптированный под каждую тему tone of voice.

2

ВЫБИРАЕМ АКТУАЛЬНЫЙ ФОРМАТ

Эффективные и актуальные для ЦА форматы коммуникации

Адаптация голоса бренда под актуальные форматы SM

Раскрытие основных тематик посредством реализации возможностей современных форматов

3

СОЗДАЕМ ВОВЛЕЧЕННОЕ КОМЬЮНИТИ

Оперативная и конструктивная реакция на обратную связь со стороны аудитории сообщества

Мотивация ЦА к дискуссии и формированию активного комьюнити

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ВЕДЕНИЯ SM ДЛЯ ЖК МИКРОГОРОД «В ЛЕСУ»

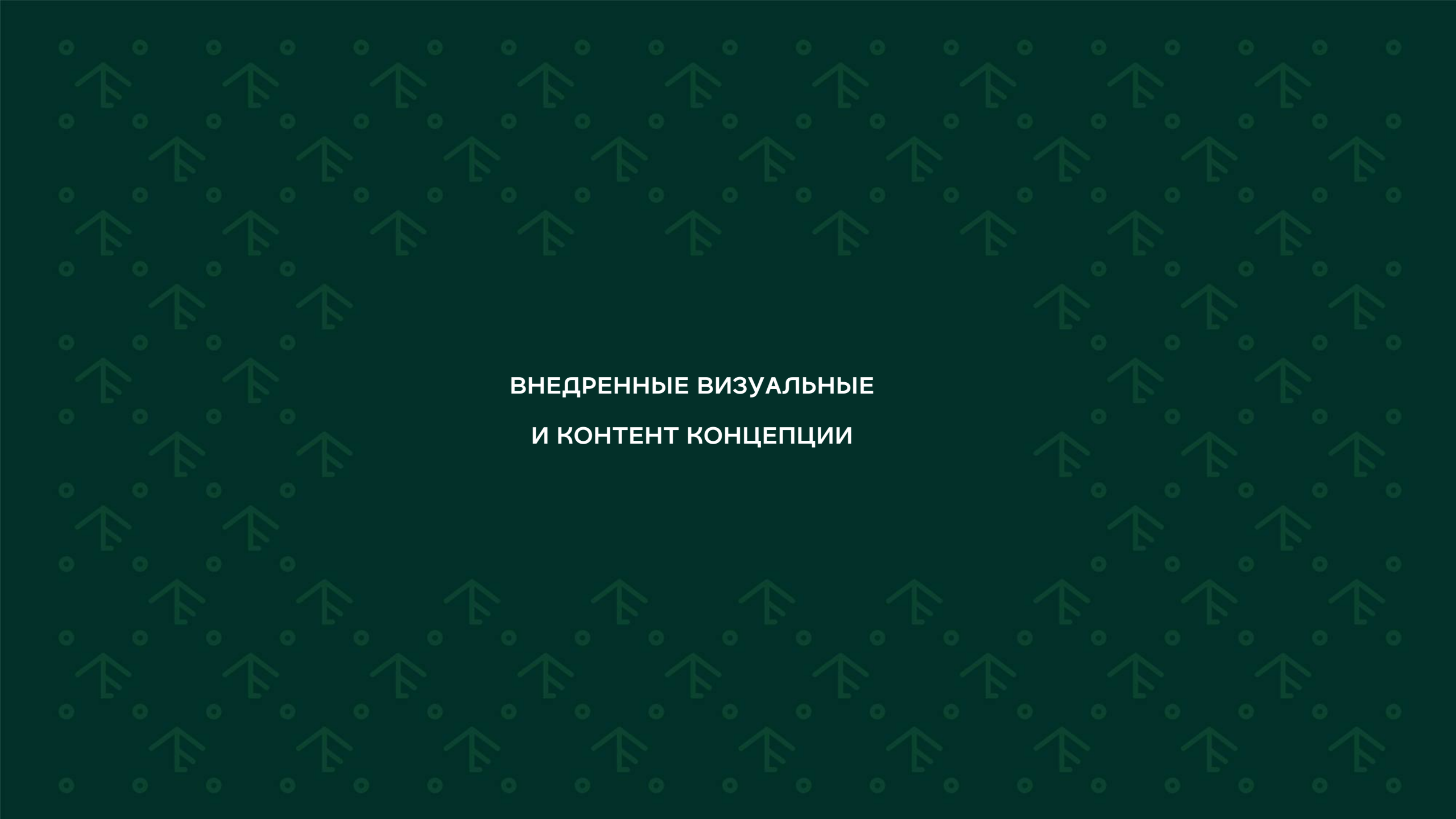


- Основной фокус в SMM был сделан на community-менеджмент
- Нестандартный подход для ведения SM застройщика
- Нет обилия рендеров и планов квартир
- Мы создали комфортное и привлекательное digital-пространство с актуальной информацией о жилом комплексе для жителей и потенциальных покупателей квартир

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЛЬЯ В ЖК МИКРОГОРОД «В ЛЕСУ»

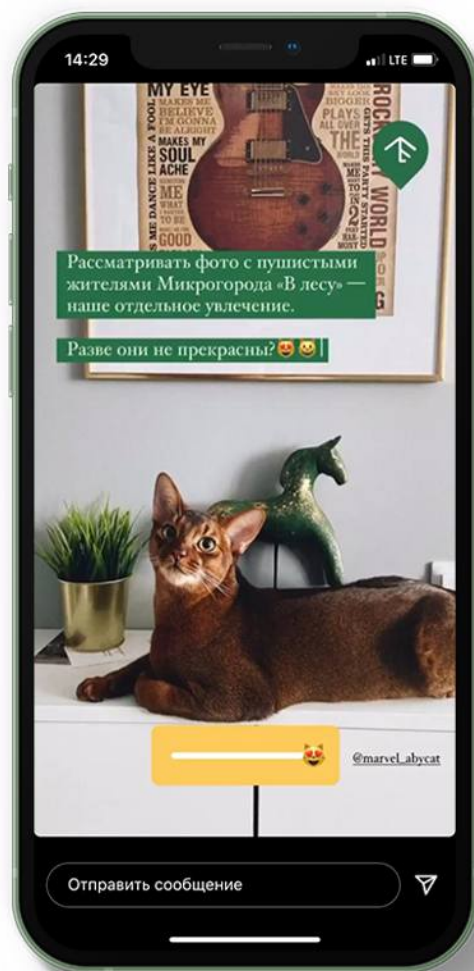
- Комфортный, здоровый и благополучный образ жизни в ЖК
- Оперативная информированность жителей и потенциальных покупателей о происходящих событиях в ЖК, в том числе в сфере услуг, а также демонстрация преимуществ жизни в Микроргороде
- Digital-среда для общения с соседями единомышленниками



The background features a repeating pattern of stylized trees and small circles. The trees are composed of a vertical stem and two diagonal branches, all in a light green color. The circles are also light green and are arranged in a grid-like pattern, with some overlapping the trees.

**ВНЕДРЕННЫЕ ВИЗУАЛЬНЫЕ
И КОНТЕНТ КОНЦЕПЦИИ**

ФОРМАТЫ И СОДЕРЖАНИЕ STORIES




- Минималистичный привлекательный дизайн
- Стандартные шрифты IG, использование цветов бренда на фоне
- Нативное использование логотипа в правом верхнем углу
- Стандартные стикеры и виджеты IG для взаимодействия с подписчиками
- Игровые механики для привлечения внимания и высокой вовлеченности аудитории

СПЕЦИФИКА ОФОРМЛЕНИЯ ПОСТОВ

- Качественные UGC фотографии от жильцов-фотографов
- Единая визуальная стилистика-палитра: цветофильтр, яркость, резкость
- Использование структурированных и красивых текстов (заголовок+цвет+эмодзи+содержание)
- Яркий заголовок, который привлекает внимание аудитории

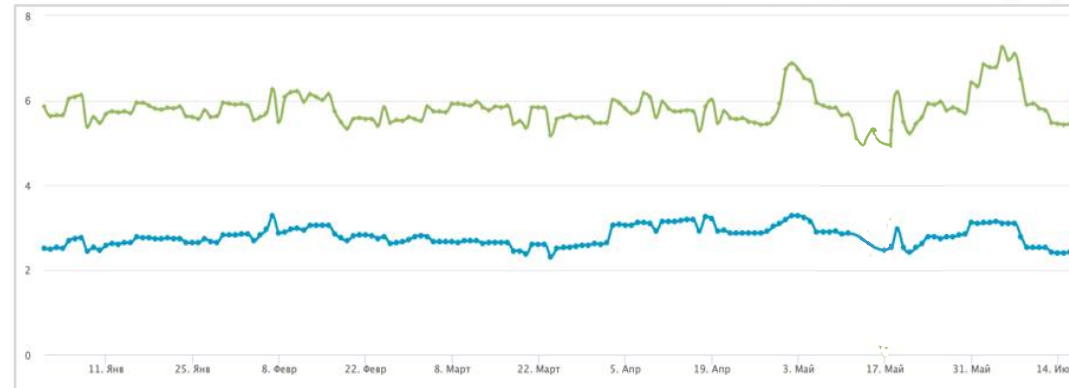


The background features a repeating pattern of stylized trees and small circles. The trees are composed of a vertical stem and two diagonal branches, all in a light green color. The circles are also light green and are arranged in a grid-like pattern, with some overlapping the trees.

**ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА
И АНАЛИТИКА**

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ SMM

Instagram: ER%*

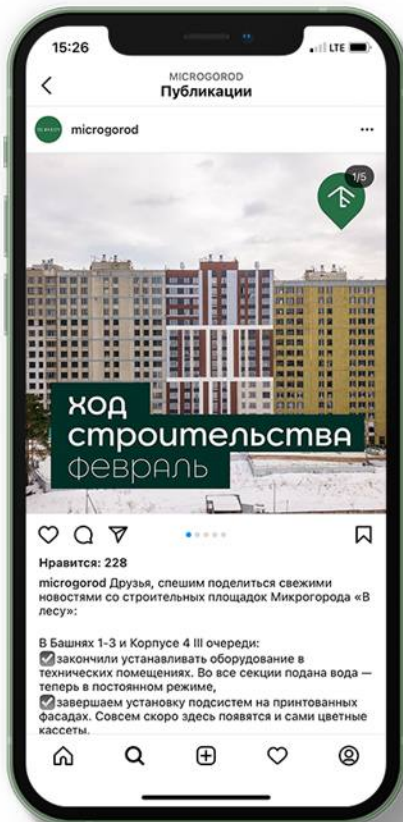


Instagram: рост подписчиков*



*Данные за период 01.01.2021г. - 18.06.2021. Данные Livedune

ЛУЧШИЕ ПУБЛИКАЦИИ



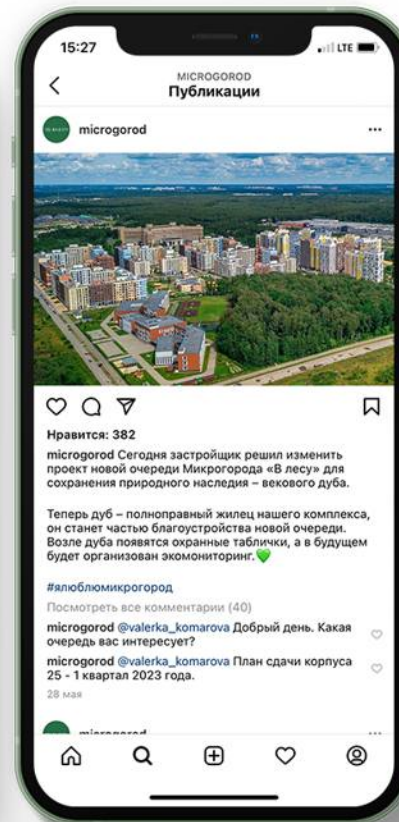
Вовлеченность: 228
ER%: 6,08%



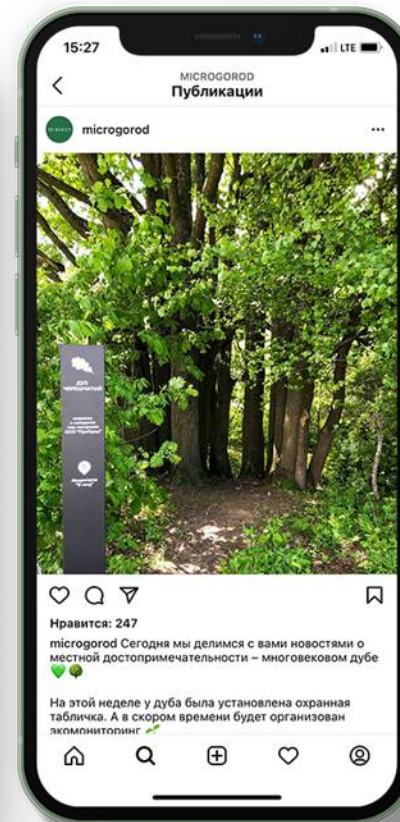
Вовлеченность: 347
ER%: 7,89%



Вовлеченность: 241
ER%: 6,63%



Вовлеченность: 381
ER%: 9,24%



Вовлеченность: 246
ER%: 5,48%

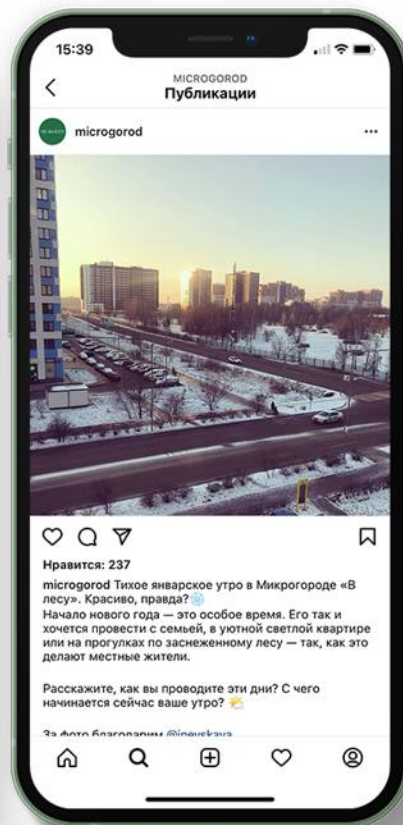
ЛУЧШИЕ ПУБЛИКАЦИИ



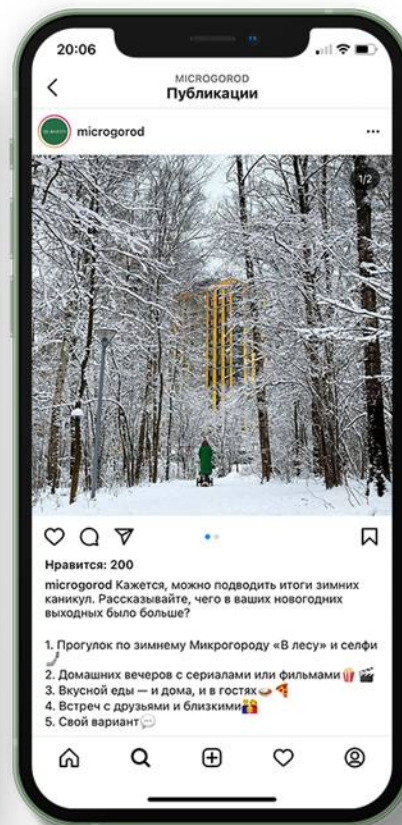
Вовлеченность: 259
ER%: 5,91%



Вовлеченность: 199
ER%: 5,91%



Вовлеченность: 236
ER%: 5,54%



Вовлеченность: 200
ER%: 4,45%



Вовлеченность: 171
ER%: 4,60%

LESSONS LEARNED

COMMUNITY-МЕНЕДЖМЕНТ ПОДХОДА ДЛЯ ЖК МИКРОГОРОД «В ЛЕСУ»

- Большое кол-во обсуждений и реакций, а также один из самых высоких ER среди официальных сообществ застройщиков, 3,4%
- Сейчас аудитория сообществ сама охотно создает привлекательный UGC контент, тем самым нативно рекомендует покупку квартир в данном ЖК
- В развитых сообществах требуется высокая актуальность и оперативное информирование, благодаря активной коллаборации с арендаторами коммерческих помещений, а также активистами спорт, эко и других направлений
- Посредством регулярной и отлаженной работы с комментариями нам удалось сократить кол-во негатива до минимума 1,5%, а также нивелировать кризисные коммуникации на стадии их зарождения