



микро  
город

ВНЕСЯ

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 a vertical line with two diagonal lines extending downwards from the top, resembling a pine tree. The circles are small and light-colored, scattered throughout the pattern.

**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»

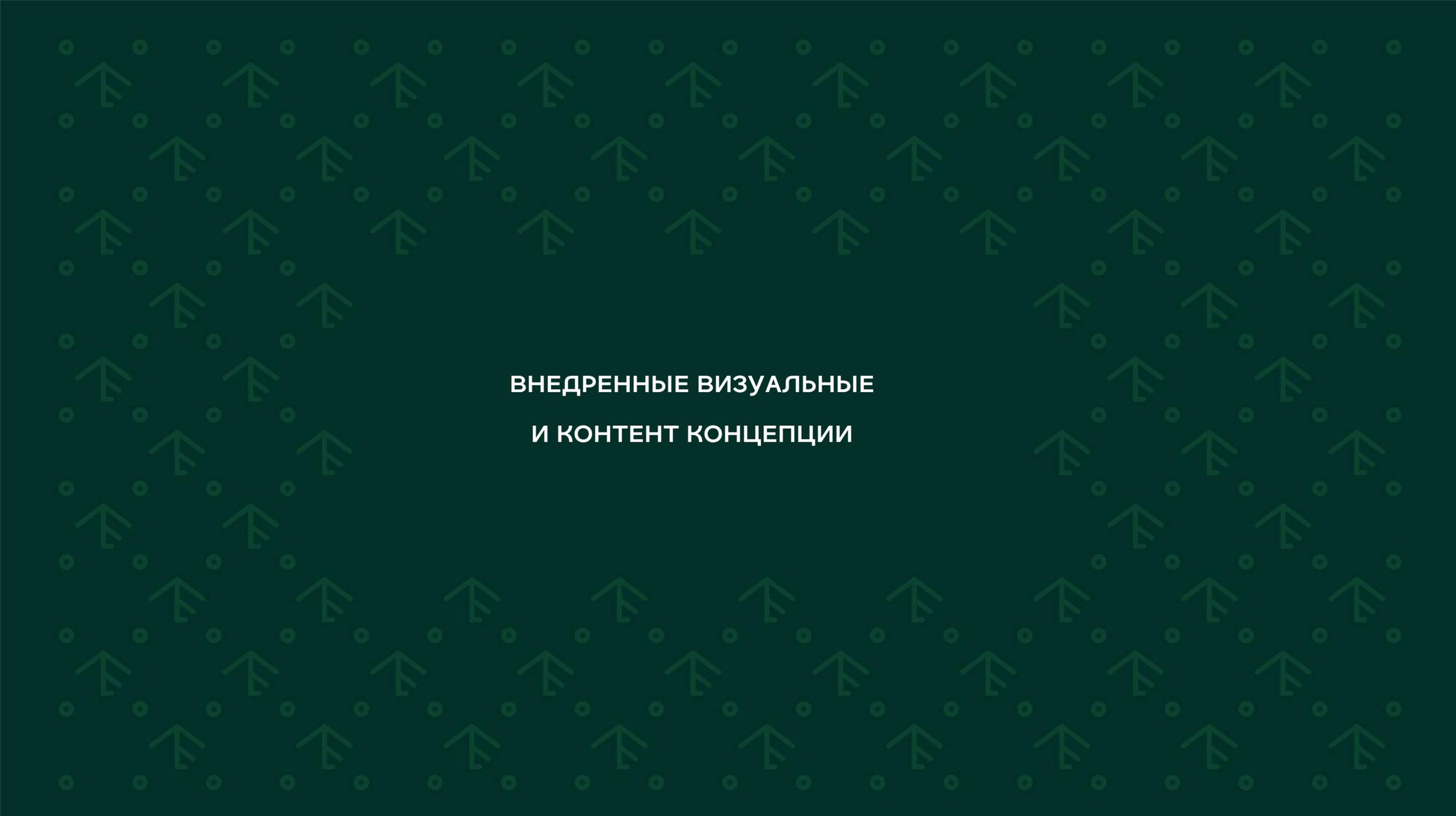


- Основной фокус в SMM был сделан на community-менеджмент
- Нестандартный подход для ведения SM застройщика
- Нет обилия рендеров и планов квартир
- Мы создали комфортное и привлекательное digital-пространство с актуальной информацией о жилом комплексе для жителей и потенциальных покупателей квартир

# 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. The overall effect is a textured, organic background.

**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+эмоджи+содержание)
- Яркий заголовок, который привлекает внимание аудитории

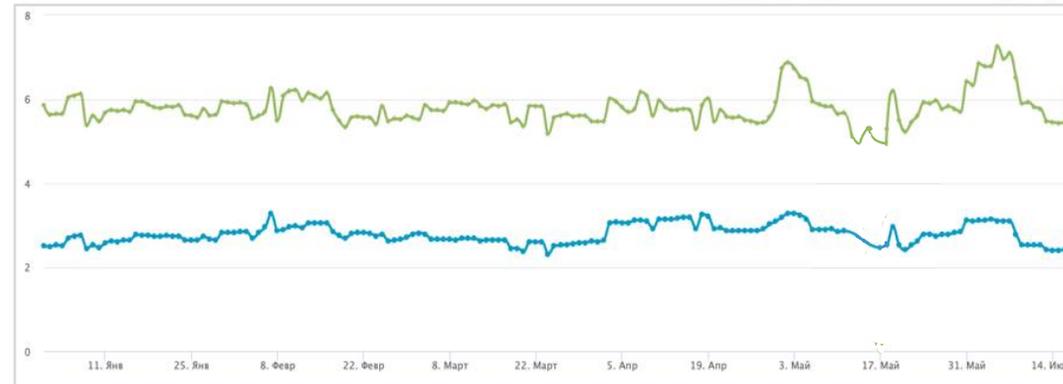


The background features a repeating pattern of stylized trees and small circles. The trees are composed of a vertical stem with two diagonal branches, and the circles are small and light-colored. The pattern is arranged in a grid-like fashion, creating a textured, organic feel.

**ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА  
И АНАЛИТИКА**

# ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ SMM

Instagram: ER%\*

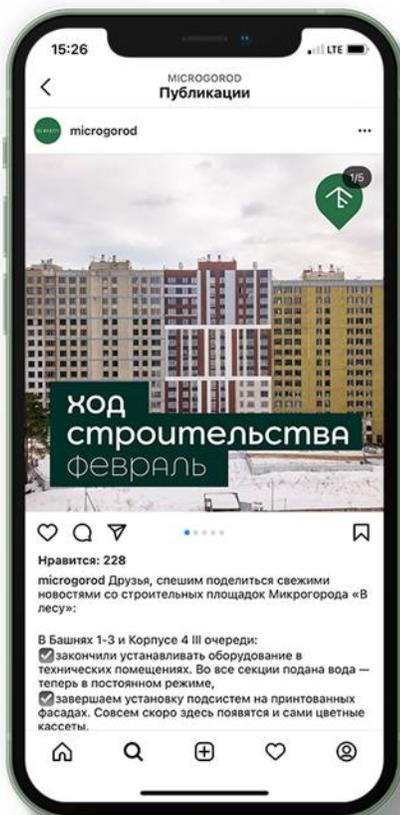


Instagram: рост подписчиков\*



\*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%

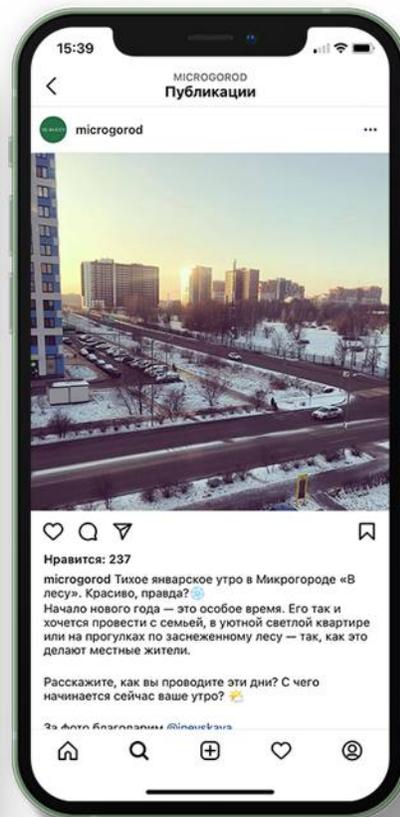
# ЛУЧШИЕ ПУБЛИКАЦИИ



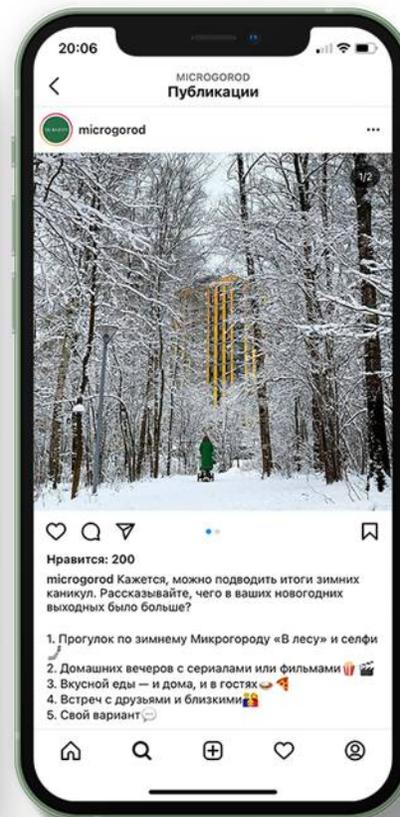
Вовлеченность: 259  
ER%: 5,91%



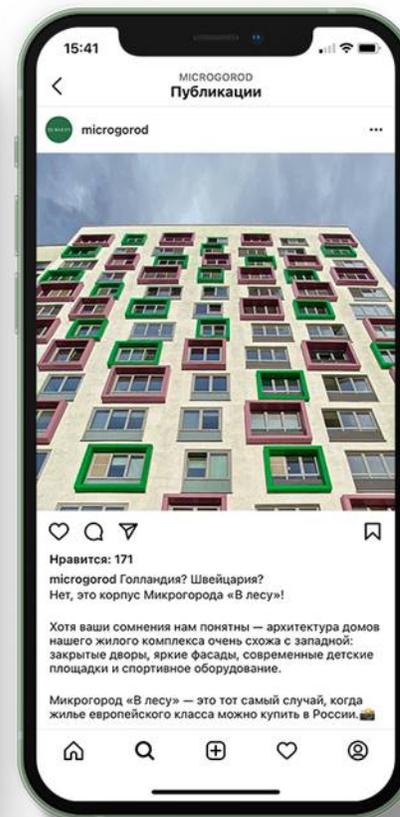
Вовлеченность: 199  
ER%: 5,91%



Вовлеченность: 236  
ER%: 5,54%



Вовлеченность: 200  
ER%: 4,45%



Вовлеченность: 171  
ER%: 4,60%

# ЛУЧШИЕ ПУБЛИКАЦИИ



Вовлеченность: 223  
ER%: 5,43%



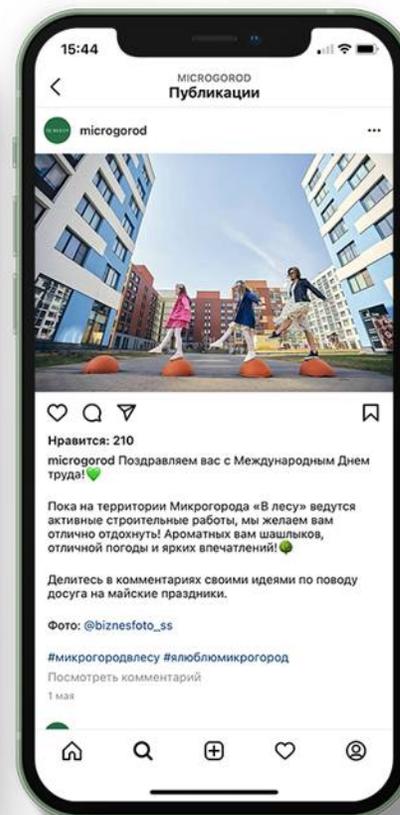
Вовлеченность: 186  
ER%: 4,24%



Вовлеченность: 133  
ER%: 3,10%



Вовлеченность: 185  
ER%: 4,66%



Вовлеченность: 210  
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