

Номинация: Offline. Наружная реклама: Digital

CITIZEN

МУЛЬТИКВАРТАЛ

MR



О проекте

Мультиквартал CITYZEN — новый жилой проект от MR в историческом районе Покровское-Стрешнево в 3 минутах от метро «Тушинская».

Полноценный город в городе с богатой инфраструктурой, ритейл- и офисным-кластером, в окружении парков и водных объектов.

MR



Ситуация на рынке

- Нулевое знание проекта
(старт продаж только в марте 2024 года, при этом +136 новых брендов в этот же период вышло на рынок – визуальная слепота ЦА)
- Высокая конкурентная среда
(7 конкурентов в ближайшем окружении)
- Низкое знание бренда застройщика в сравнении с конкурентами (MR Group в 8 раз менее известен, чем Донстрой, и в 4 раза менее, чем ФСК – основные конкуренты)
- Ограниченность бюджета

MR



Задача

- Разработать новую яркую рекламную кампанию для малоизвестного проекта, чтобы выделиться из рекламного кластера
- Использовать нестандартный способ реализации креатива для недвижимости

MR



Целевая аудитория

MR

Ядро



Молодые семьи

25-35.
Покупка жилья связана с мечтами о будущей жизни вместе. Это дом для новой семьи. Место, где будут расти дети.



Бизнес-оптимисты

МЖ, 30-45.
Предприниматели, бизнесмены, трейдеры и пр., которые находят потенциал для развития дела в любой макроэкономической и политической ситуации.



Жители Северо-запада
Москвы

30-55.
Продают вторичное жилье. Стремятся повысить уровень жизни там, где родились и выросли.



Инвесторы

МЖ, 40-55.
Приобретают на старте с целью вложить средства, затем выйти из проекта на высокой стадии готовности или сдавать в аренду .

CTZN

Основная идея бренда

MR

CITYZEN — территория для жизни, в которой
объединяются три уникальных составляющих

ГОРОД

ПРИРОДНАЯ ГАРМОНИЯ

**СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ
ГОРОДСКОГО ЖИТЕЛЯ**

CTZN

Основная идея бренда

Отражена в самом названии проекта

CITY

ZEN

CITIZEN

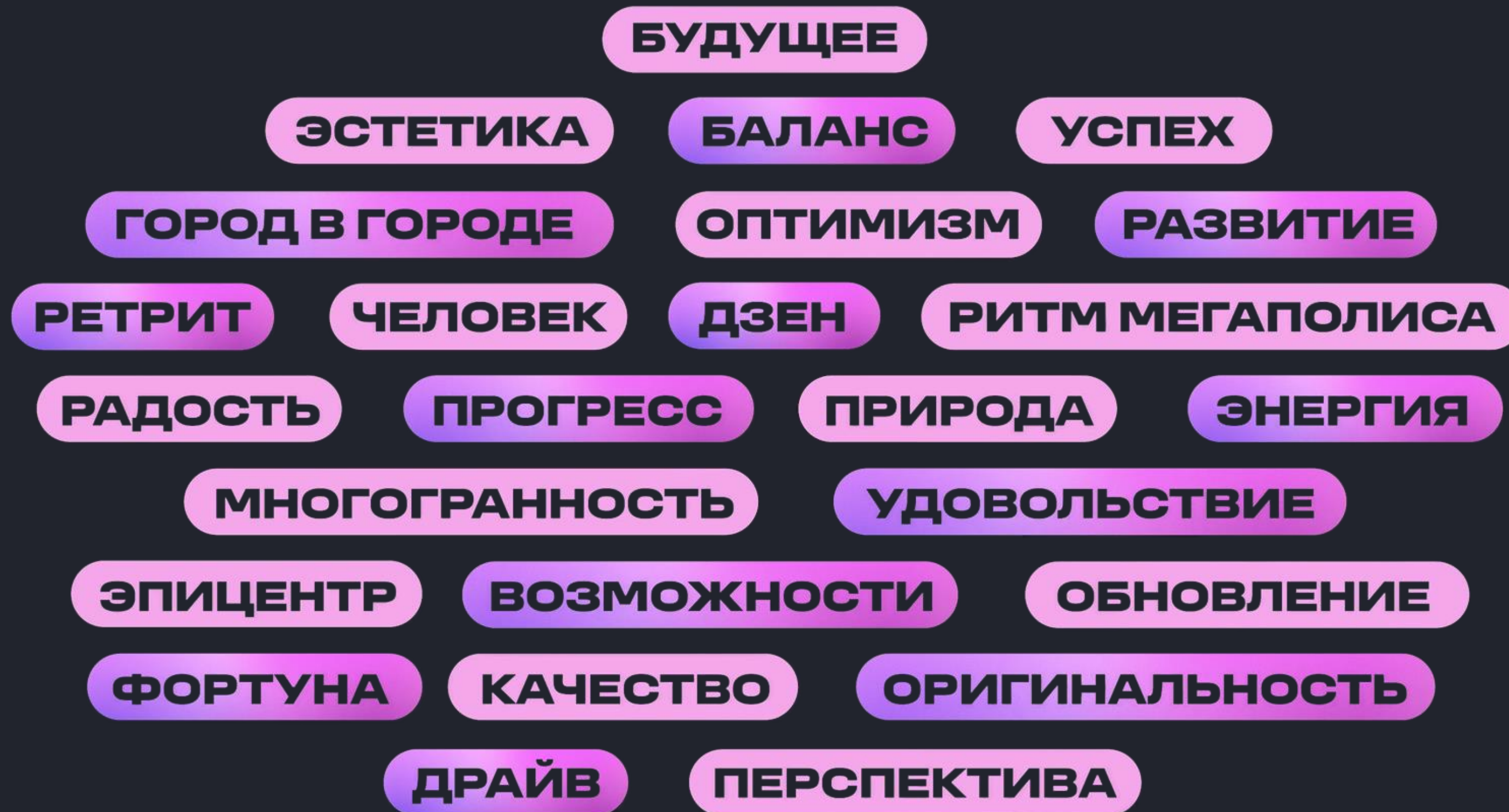
ритм
мегаполиса

баланс жизни,
природный дзен

человек,
житель



- Кампания основывается на 25 уникальных смыслах проекта, адресованных широкой аудитории: ретрит, прогресс, дзен, развитие и т. д.
- На их основе были разработаны анимированные герои при помощи многочисленных инструментов и алгоритмов AI в течение нескольких месяцев, чтобы добиться максимально возможной натуральности персонажей.
- Каждый из персонажей является отдельной виньеткой и может быть использована как самостоятельный продукт, так и в совмещении с другими героями.
- Данное решение являлось нестандартным для кампаний девелоперов в моменте выхода кампании в эфир в сентябре 2024 года, что сильно выделило проект из конкурентов.



25 AI-героев

MR



CTZN



[Смотреть пример видео >>](#)

[Смотреть примеры размещений >>](#)



Результаты

MR

1 100+

суммарное количество упоминаний
в SMM с момента выхода кампании в
эфир

По итогам 2024

проект CITYZEN перевыполнил
годовой план продаж

Менее, чем за 1 год

проект стал узнаваемым, т.к. появился в
группе по бренд-знанию по итогам 2024
года по данным агентства ORO

4 место

среди проектов MR Group
по бренд-знанию по итогам 2024 года

CTZN



MR