

Радиореклама

Жилой квартал Shagal

ГРУППА
ЭТАЛОН



О проекте

Жилой квартал Shagal – это один из крупнейших в Европе проектов редевелопмента промышленной территории, расположенный на территории бывшего завода «ЗиЛ» на набережной Марка Шагала. Мастер-план проекта разрабатывался голландским бюро KСАР, которые продумали все детали будущего района – от зелёных зон и социальной инфраструктуры до удобных внутриквартальных маршрутов и общественных пространств

Это один из первых проектов в Москве, построенных по принципам 15-минутного города, что означает шаговую доступность до всех ключевых объектов инфраструктуры. Проект включает в себя 9 очередей строительства в которых появится: 3 парковых зоны включая 5.5 км благоустроенной набережной, 3 городские площади с общественными пространствами, новый деловой кластер, 8 детских садов, 2 школы и поликлиника.

Задачи:

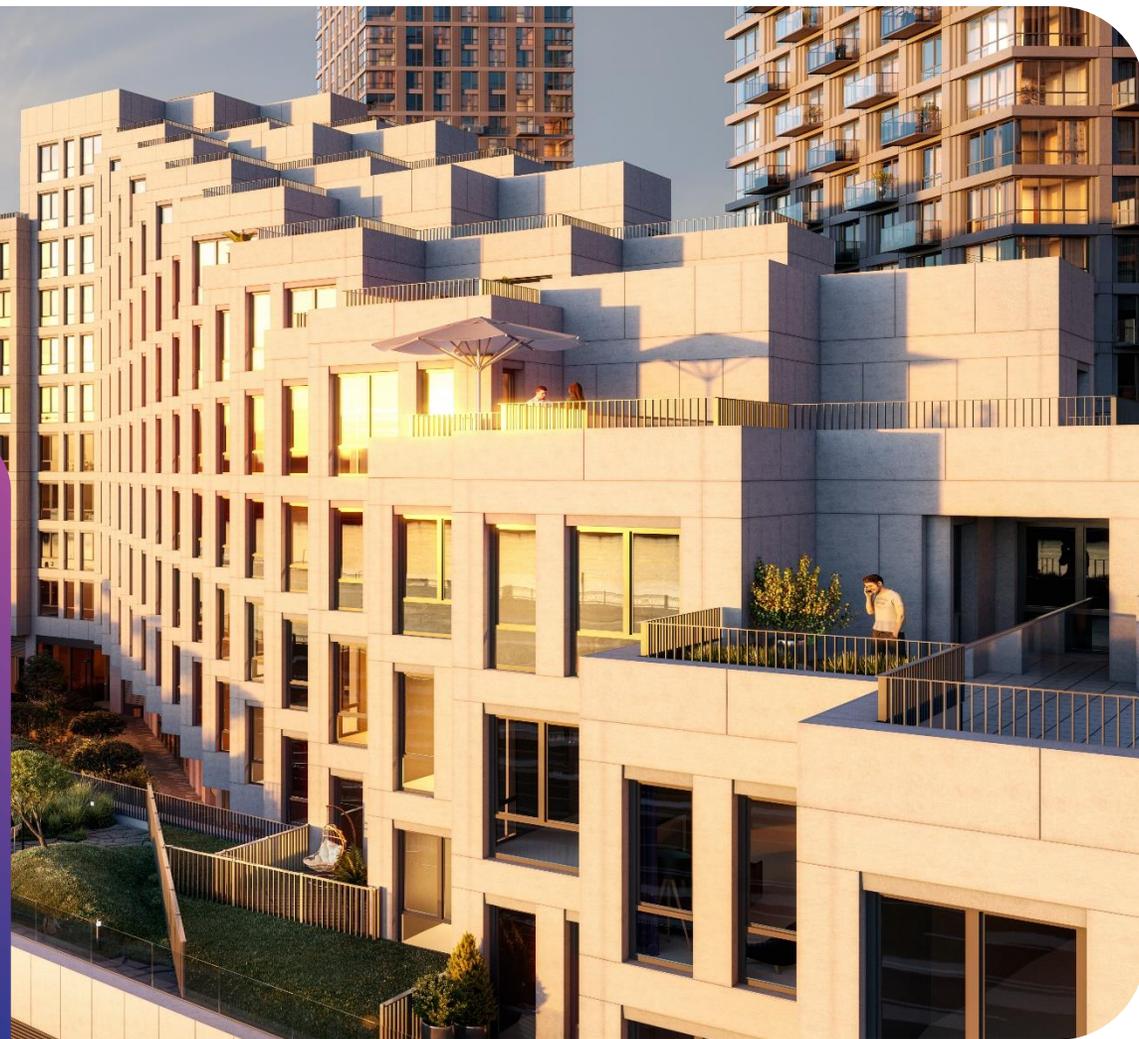
- Увеличить знание бренда Shagal
- Создать прочную ассоциацию бренда Shagal с искусством и творчеством
- Привлечь больше внимания к рекламе благодаря нативности повествования



Идея

В основу радиоролика легло стихотворение, которое было написано специально для бренда Shagal.

Оно прекрасно передаёт настроение бренда и ощущение от жизни в будущем районе Москвы.



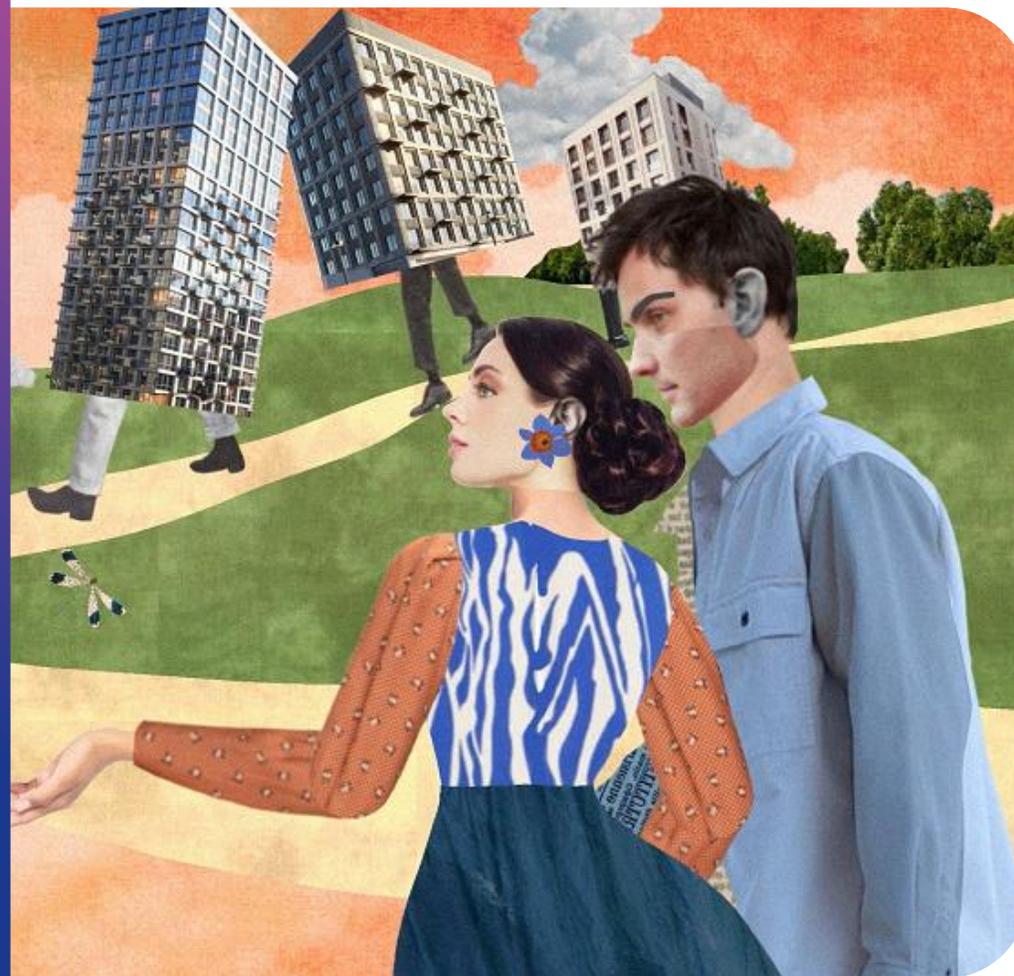
Стихотворение

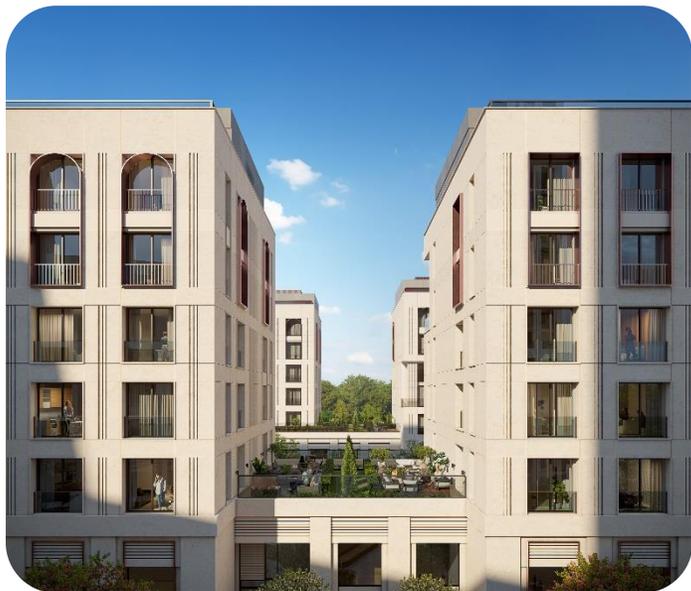
Шагал по берегу Шагал
И там, где путь его лежал
Закат в полнеба полыхал
Шли здания к реке

Ступал, рифмуя наугад
Направо — дом, налево — сад
За ними — град и променад
И звезды вдалеке

Кружил у станции метро
В бистро заказывал ситро
Медь обращая в серебро
Бросал цветы из слов

В реке расставил сети снов
Расправил крылья рукавов
Вверх по ступеням из домов
Взбежал — и был таков





Реализация

Ориентируясь на идею ролика был придуман образ Беллы Андреевны, поэтессы и творческой личности, из уст которой наше стихотворение звучит органично и даже торжественно.

Для получения эффекта наибольшей нативности ролика его первая половина нарочно сделана таким образом, чтобы она никак не ассоциировалась с рекламой – и только во второй его половине становится понятно, что это реклама.

Важной деталью ролика также является интонация актрисы дубляжа – начиная читать стихотворение она немного запинается, как бы волнуясь, но затем её голос обретает силу. Вокруг именно этой детали построено продолжение ролика, ведь затем Бэлла Андреевна говорит: «А как же не волноваться, когда читаешь о настоящем искусстве...»

ЭТАЛОН



Героиня

Белла Андреевна – это собирательный образ нашей целевой аудитории, на который мы ориентируемся при разработке креативных концепций и рекламных материалов.

Белла любит всё прекрасное и следит за собой. Активная, деловая и ещё успевает заниматься спортом. Ценит своё время и окружение. Для себя и своей семьи выбирает самое лучшее и может себе это позволить.

В дальнейшем мы ещё будем использовать её образ, его можно будет увидеть в рекламной кампании «Дом, где живёт любовь»

ЭТАЛОН

Ролик

Сценарий ролика:

(театр, шум зрителей на фоне, ожидающих спектакля. Как только произносится несколько первых слов шум замолкает, мы слышим звук шагов актрисы по сцене)

(голос №1)

Белла Андреевна волновалась, выступая как будто в первый раз

(Первую строчку Белла Андреевна читает немного запинаясь, чтобы чувствовалось волнение, далее голос крепнет и в конце она заканчивает уже уверенно)

(Голос №2)

Шагал по берегу Шагал

И там где путь его лежал

Закат в полнеба полыхал

Шли здания к реке

(звучат громкие аплодисменты, Белла уходит за кулисы)

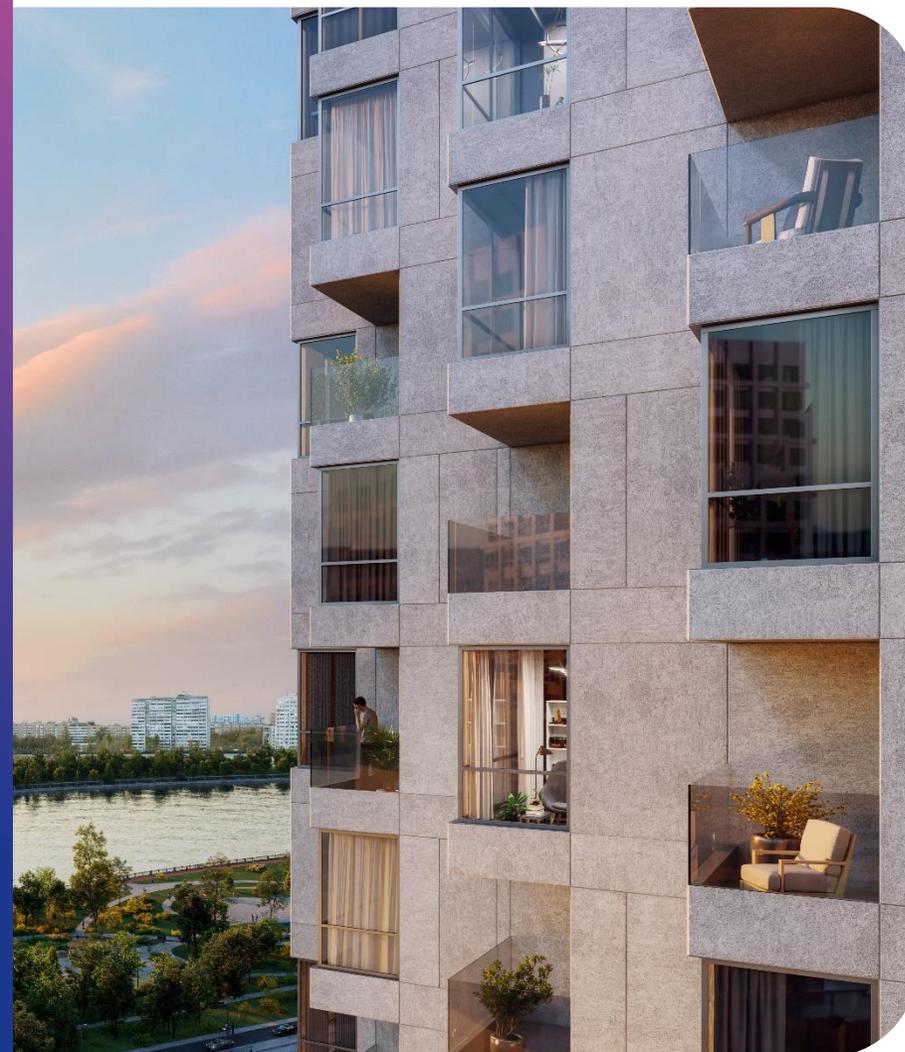
(Далее голос становится не таким звонким, а стихает – мы понимаем, что Белла уже за кулисами. Со слов «Искусстве жить красиво» начинается фоновая музыка. Музыка мелодичная, подчеркивающая эстетику происходящего)

А как тут не волноваться когда читаешь о настоящем искусстве. Искусстве жить красиво в жилом квартале Шагал! Квартиры бизнес-класса с выгодой до двух миллионов рублей.

(Голос №1)

Подробности ценового предложения на сайте шагал точка сити

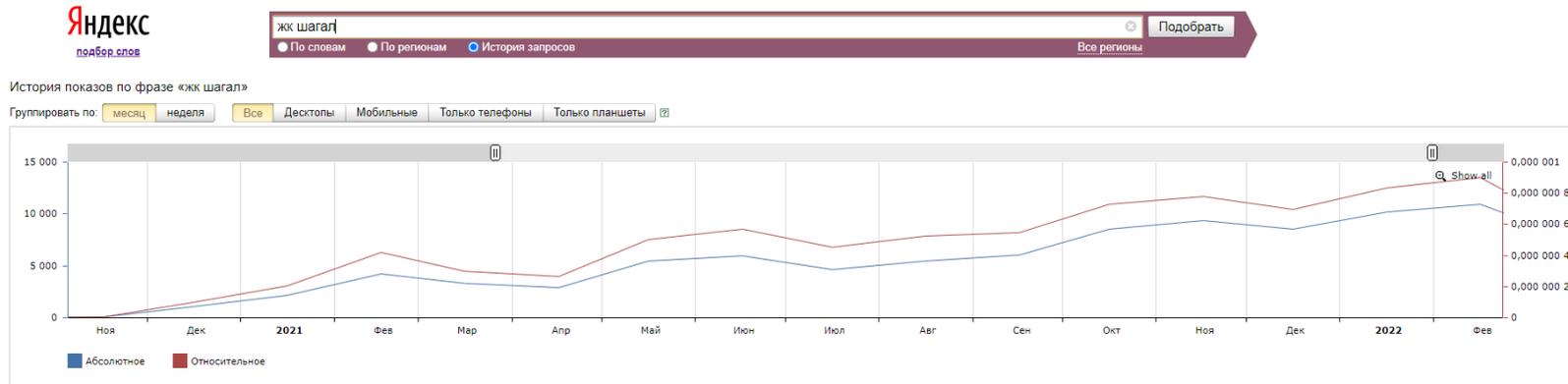
Застройщик ООО специализированный застройщик Зил-Юг. Проектная декларация на наш.дом.рф



Период размещения и радиостанции. 2021 г.

	1 ноября	15 ноября	30 ноября	1 декабря	15 декабря	31 декабря
 Maximum						
 Radio Monte Carlo						
 Energy						
 Авторадио						
 Relax FM						
 Европа +						
 Радио 7 на семи холмах						
 Ретро FM						
 Детское радио						
 Romantika						
 Like FM						
 Радио Шоколад						

Результаты



- Ролик получил нативность благодаря креативной подаче, а также помог бренду Shagal в построении ассоциации бренда с искусством и творчеством
- Знание бренда Shagal в период размещения радиоролика продолжило свой прирост, достигнув пиковых значений за 2021 год в самом конце декабря 2021 – января 2022 года*

*Данные сервиса Yandex.Wordstat по количеству запросов по бренду Shagal.



Спасибо за внимание

