

WOW  
AWARDS'23  
самолет

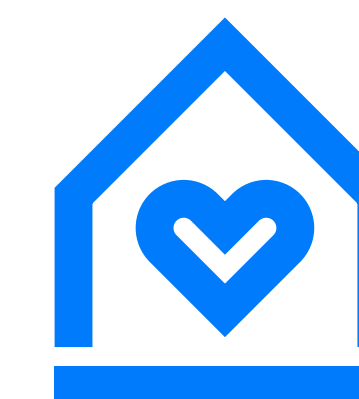


# Сказки на ночь

## Ситуация на рынке

В 2022 году большинство девелоперов значительно увеличили расходы на рекламу. При этом основной медиамикс приходился на классические каналы продвижения — наружная реклама, ТВ, радио и меньше всего на онлайн видео и баннеры (6%). И фокусом в коммуникации были продуктовые месседжи и конкретные ЖК.

А вот имиджевой коммуникации уделяют меньше внимания, хотя восприятие бренда не самый последний фактор при выборе потенциальной квартиры.





# Проблема, с которой столкнулся бренд

И это увеличение SOV в ATL каналах продвижения вынуждает девелоперов искать новые тачпоинты с аудиторией, чтобы эффективнее выделяться на фоне конкурентов с правильным имиджевым сообщением.

При этом у бренда Самолет есть недостаточное восприятие по основному атрибуту бренда — инновационность, технологичность.

Инновационный, технологичный

- 1,6

# Предпосылки

2022 год был перенасыщен негативными новостями, с которыми наши потенциальные жильцы сталкивались регулярно в привычных для них каналах потребления контента — социальных сетях и мессенджерах. Для некоторой части аудитории думскроллинг даже стал частью повседневной рутины, а кто-то решил полностью избегать всех новостных ресурсов.

И мы поняли, что поддержка и забота — то, чего не хватало нашей аудитории в 2022 году.



# Цели

Поэтому перед брендом стояло 2 основные задачи

1

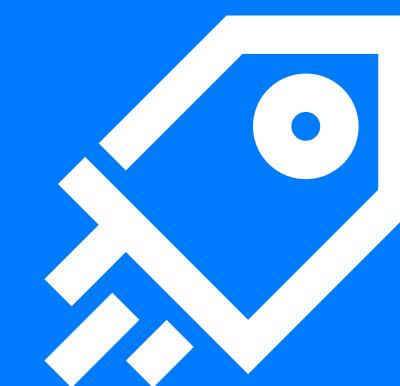
Найти тачпоинт с аудиторией, где бренд не потеряется в новостной повестке и креативах конкурентов

2

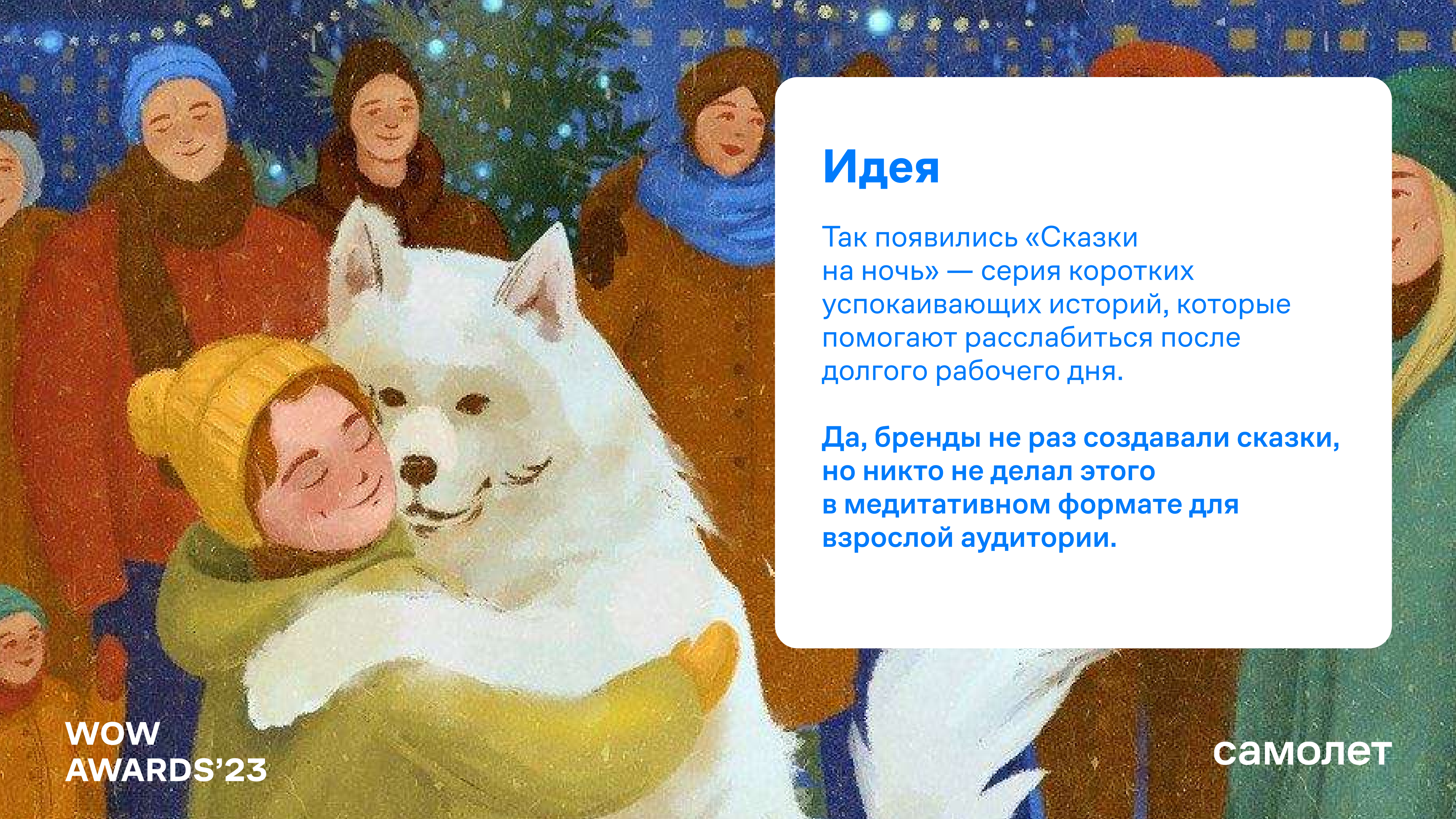
Привнести в жизнь потребителей необходимую заботу и поддержку своей коммуникацией

# Решение

Забота — это часть ДНК бренда. Самолет думает о своих покупателях и делает так, чтобы дом был максимально комфортным местом, где можно расслабиться. Поэтому, чтобы снизить градус тревожности, мы решили позаботиться о самом главном — о спокойном сне нашей аудитории.



Мы использовали нестандартный формат для девелопера — присутствие на аудиоплатформах. Именно сюда приходит ЦА, чтобы отвлечься от всего негатива и получить правильное настроение.



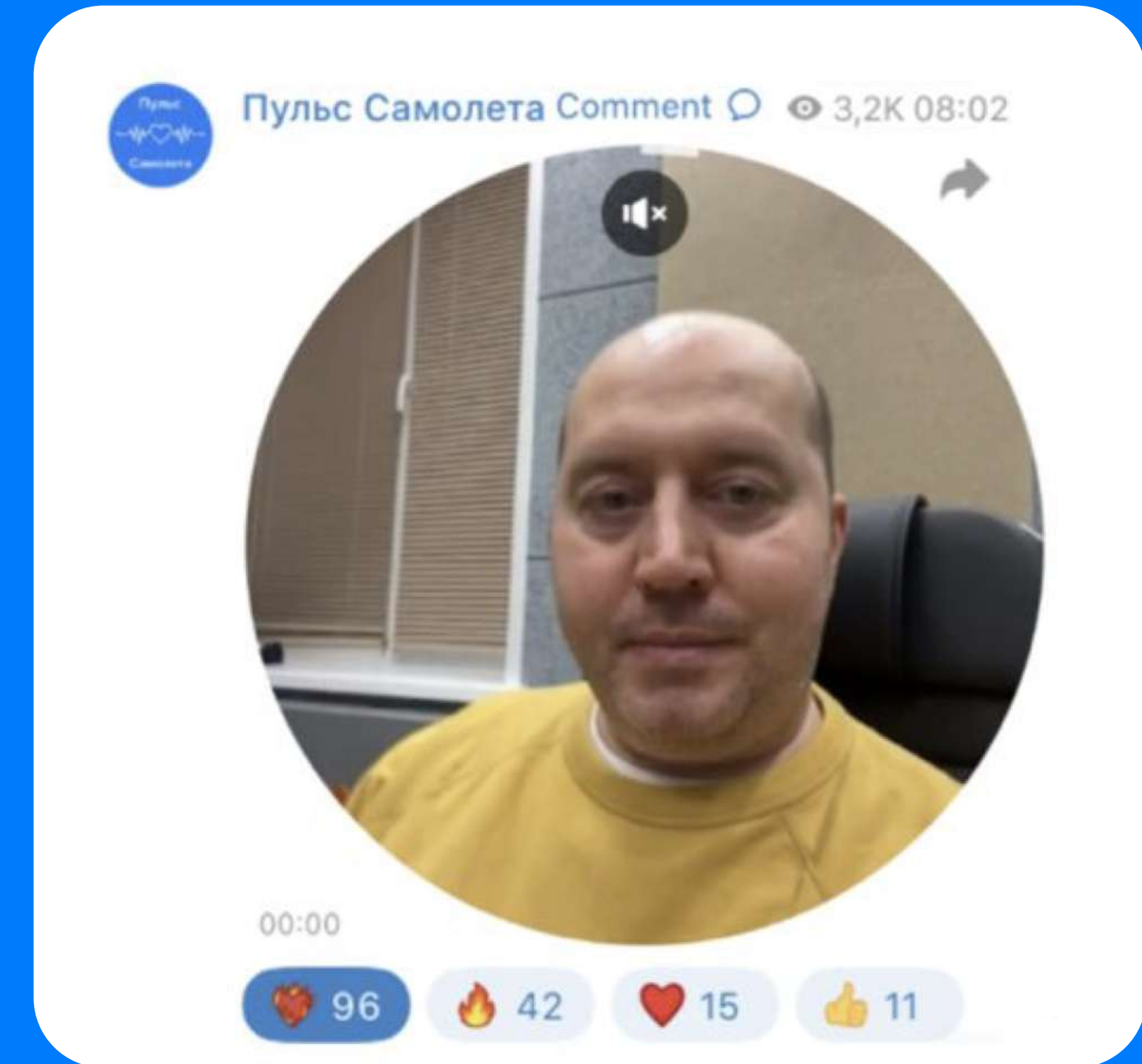
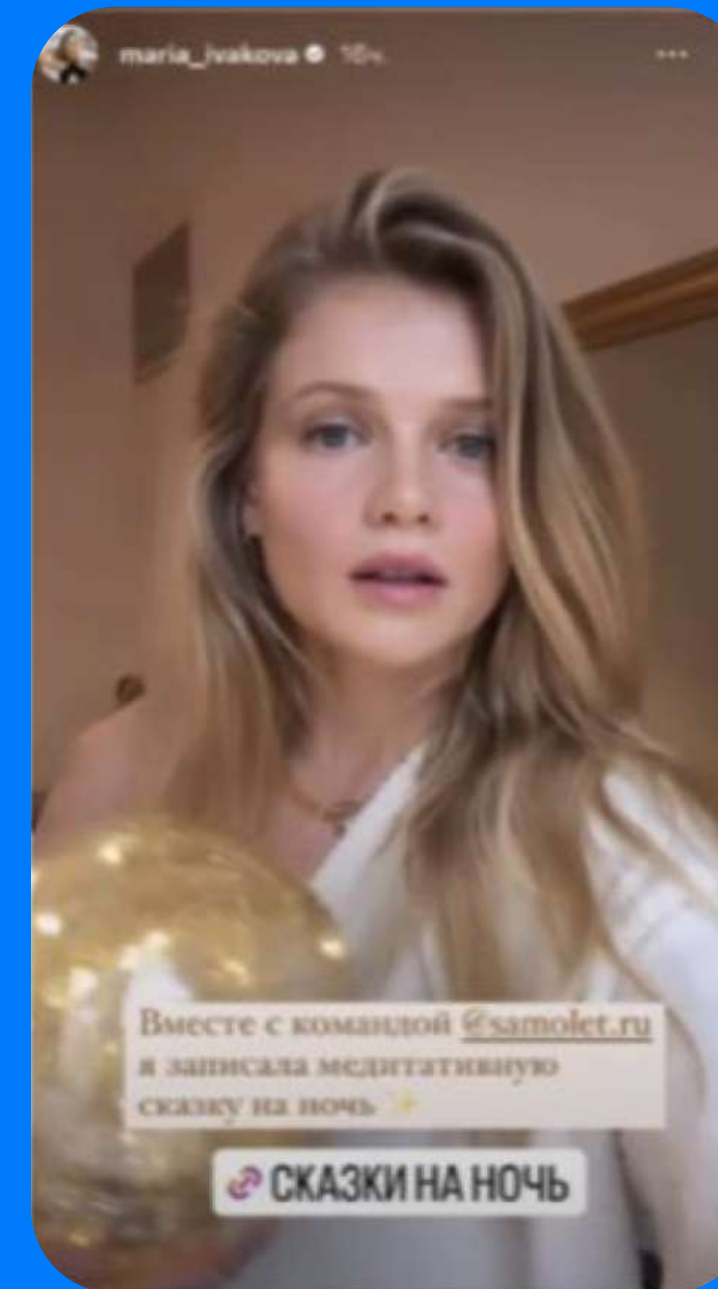
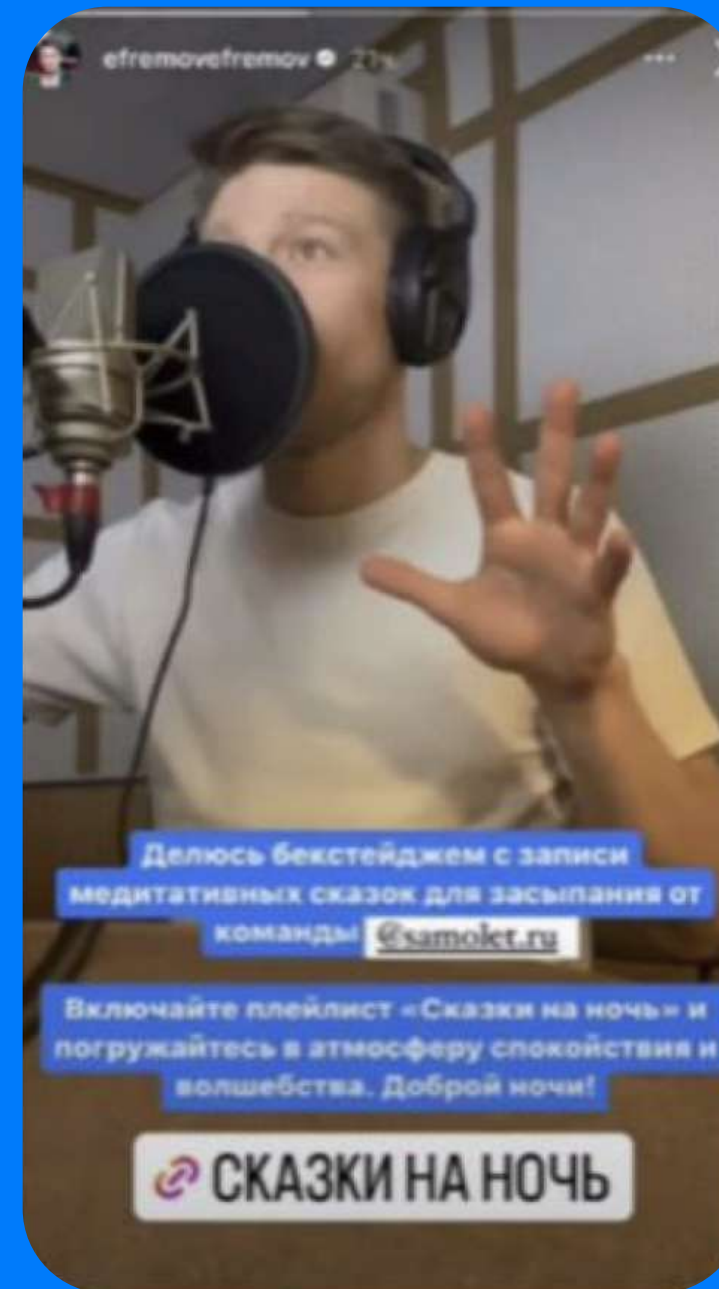
## Идея

Так появились «Сказки на ночь» — серия коротких успокаивающих историй, которые помогают расслабиться после долгого рабочего дня.

**Да, бренды не раз создавали сказки, но никто не делал этого в медитативном формате для взрослой аудитории.**



# Детали



Сказки длились по 7-10 минут, чтобы помочь людям заснуть даже в тревожное время.

Сказки украсили волшебные иллюстрации и голоса знаменитости. Каждый автор рассказал о проекте у себя в соцсетях.

В качестве платформы мы выбрали Яндекс Музыку и VK.



# Примеры сказок

В сюжет каждой сказки мы аккуратно интегрировали продукт или атрибут Самолета, например.

Сказка про Гришину снежную мечту, голосом Маши Иваковой.

На примере волшебного исполнения детской мечты, мы рассказали о важности добрососедства.



Сказка про архитектора и звезды, голосом Сергея Бурунова.

Главный герой строил самые современные и уютные дома для людей, придерживаясь принципов технологичности Самолета.



А еще сказки о найденном времени, голосом Даши Блохиной, о пути к солнцу, голосом Анисы Муртаевой и о храбром сердце, голосом Никиты Ефремова.





# Анонс у блогеров

Чтобы наши уютные сказки услышало как можно больше людей, мы привлекли к анонсированию блогеров, которые в интеграциях максимально уютно спали под наши сказки.



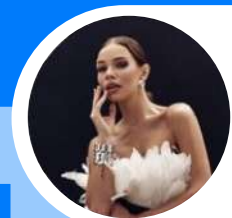
Алтана Матвеева



Даша Козловская



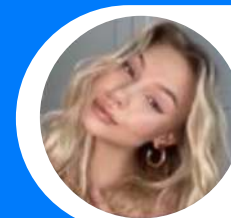
Мария Горбань



Алена Ситникова



Маша Анохина



Лена Ромашина



Маша Балужева



Маша Вебер



Мария Хрипина

# Результаты

**Охват:** 8,3 млн vs 7,8 млн

**Просмотры медитативных  
видео со сказками:** 2 млн

**Прослушивания:** 334 тыс

**80% слушателей** сказок дослушивали  
их до конца

CTR мультиролла на Кинопоиске — 2,5%

CTR у блогеров — от 2% до 3%



# Результаты

Мы нашли пользователя там, где он расслабляется, и дали ему максимально релевантный и полезный брендированный контент.

Проект на необычной для девелоперов площадке, который максимально учитывал интересы пользователей, внес свой вклад в рост необходимых атрибутов и позволил бренду выделиться на фоне конкурентов.

	Осень 2022	Весна 2023
Инновационный, технологичный	- 1,6	- 1,1
Реклама этого застройщика отличается от других	4,4	6,1





**WOW  
AWARDS'23**

**самолет**