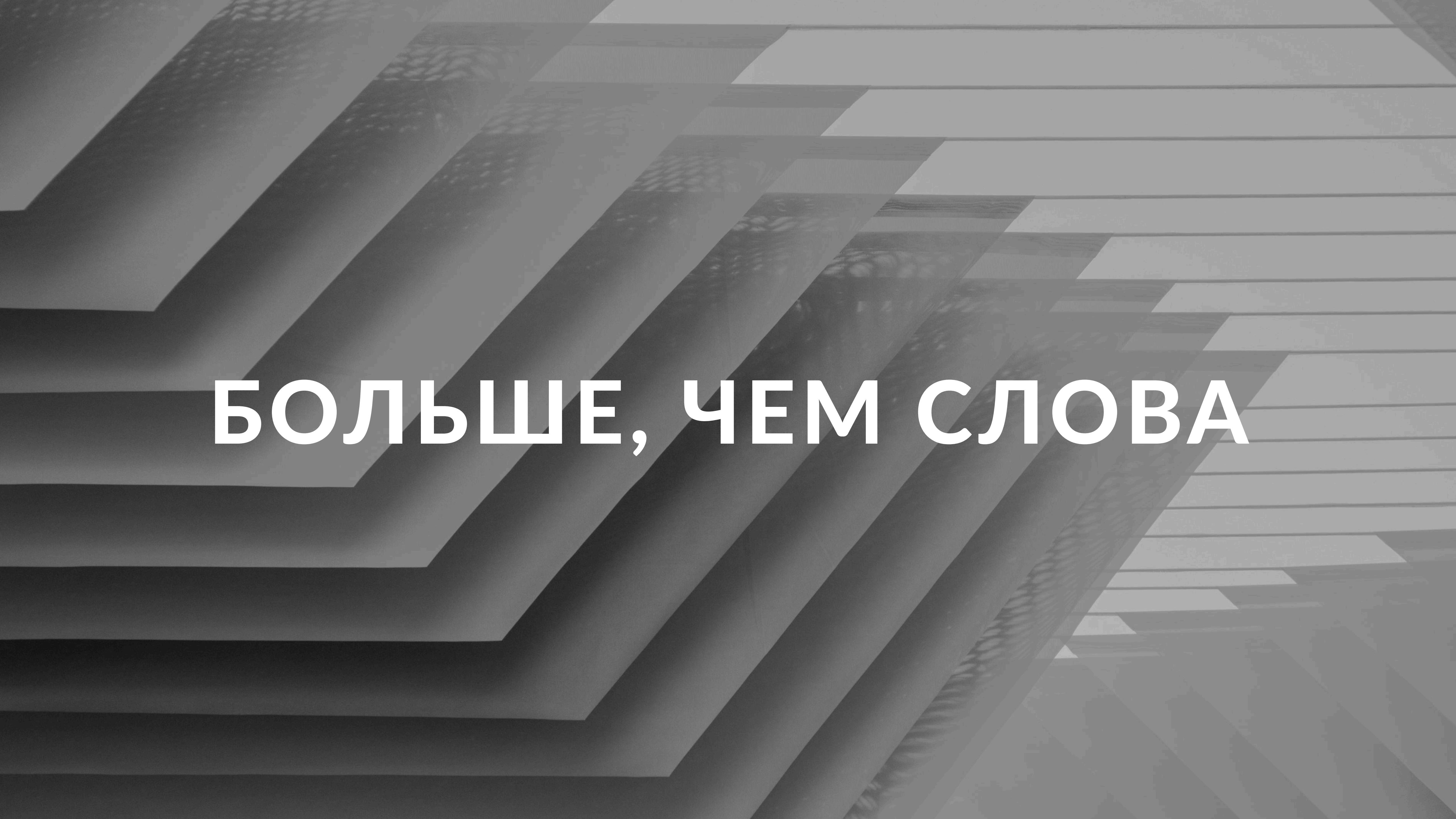




СОЗДАНИЕ НОВОГО БРЕНДА ДЕВЕЛОПЕРА

БРЕНДИNGОВОЕ АГЕНТСТВО MUSE



БОЛЬШЕ, ЧЕМ СЛОВА

# РОССИИ НУЖНЫ ОТВЕТСТВЕННЫЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ

Незавершенное строительство зданий существенно ухудшает качество городской среды, является объектом повышенной опасности и снижает доверие покупателей к застройщикам. Из-за сомнений в том, что новые проекты будут завершены, снижается склонность потребителей к покупке.



Исследование статистики по недостроям в России показало, что на 2024 год официально числится порядка 80 тыс. объектов, наибольшее количество которых сосредоточено в крупных городах и регионах: Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край и Свердловская область.

Среди множества конкурентов нашему бренду важно выделиться не просто обещаниями и красивыми картинками, а реальными действиями, которые приводят к понятному результату. Делами, которые доведены до конца.

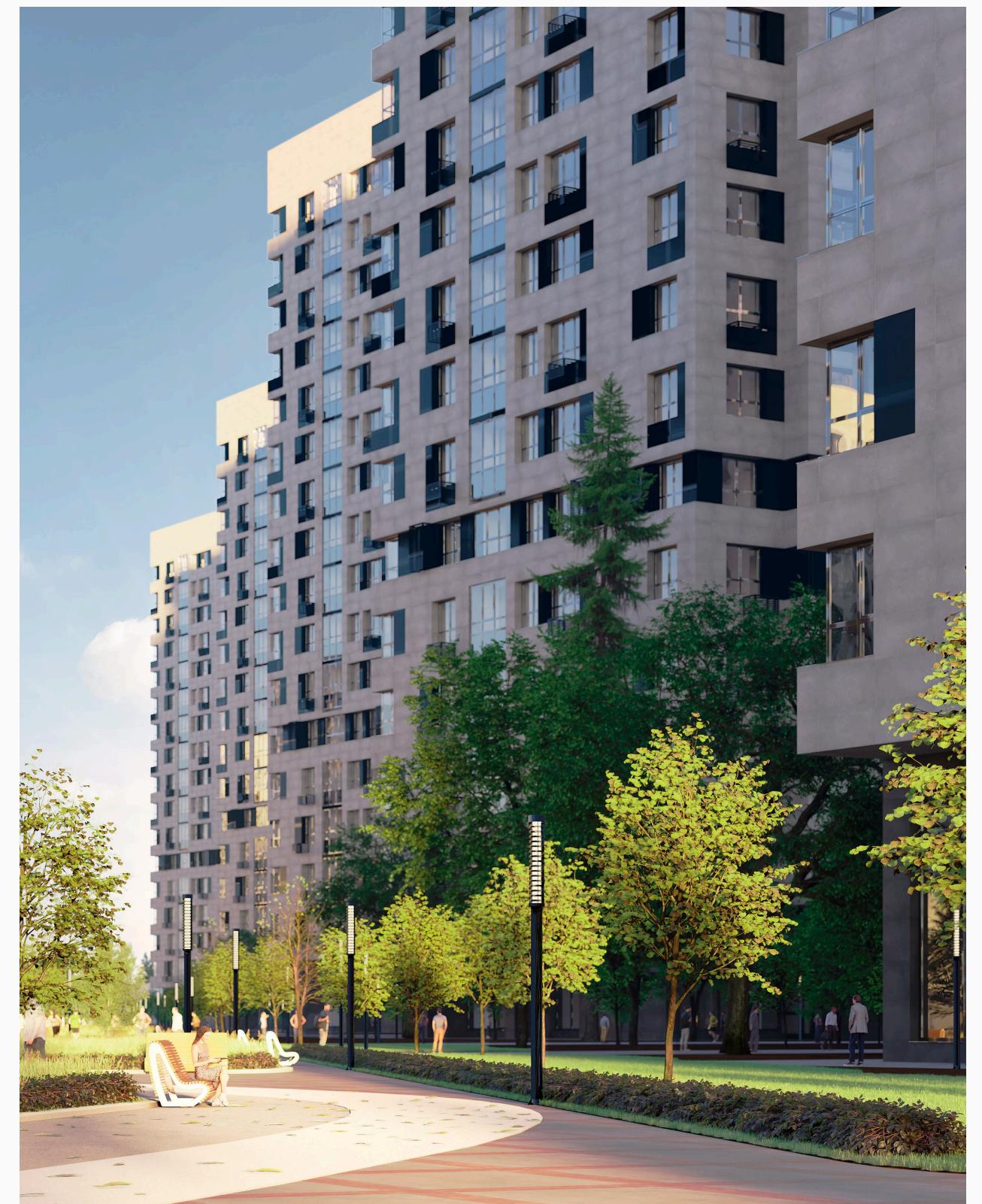
**НЕ ПРОСТО  
ОБЕЩАТЬ,  
А ДЕЙСТВОВАТЬ**

## НЕЙМИНГ

ДЕЛО – узнаваемое и емкое, кириллическое название, которое говорит само за себя. Транслирует осмысленность и ответственность компании. Подкрепляется слоганом: «Больше, чем слова».



# ДЕВЕЛОПЕР, КОТОРЫЙ ДОВОДИТ ДЕЛО ДО КОНЦА



Такое позиционирование акцентирует внимание на конечном результате – успешной реализации проектов. Указывает на то, что команда ДЕЛО сосредоточена на достижении целей и удовлетворении потребностей клиентов.

Целевая аудитория – поколение миллениалов, родившееся с 1980-х до 2000-х годов, выросшее в условиях социальных изменений и кризиса. В эпоху, которая снизила общий уровень доверия и заставила людей быть более прагматичными и осторожными в обязательствах.

**СТРОИМ НЕ  
ТОЛЬКО ДОМА,  
НО И ДОВЕРИЕ**

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

В настоящее время набирает обороты тренд на прозрачные и честные отношения в сегменте B2C. Миллениалы ценят открытость и искренность, поэтому для них важна не только качественная недвижимость, но и честная коммуникация с застройщиком на всех этапах – от выбора квартиры до сдачи объекта.



## КОПИРАЙТИНГ

Чтобы построить коммуникацию и закрепиться в памяти клиентов используем креативные слоганы для рекламной кампании, которые содержат название девелопера и транслируют основные ценности как компании так и ее клиентов.

КОМФОРТЕ  
**ВСЕ ДЕЛО В СРОКАХ**  
НАДЕЖНОСТИ  
СЕМЬЕ

## КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ

Точка, как символ завершенного дела, легла в основу визуальной концепции бренда. Она появляется в логотипе и далее трансформируется в стилемобразующий элемент, чем формирует целостный узнаваемый образ бренда.



Круг – это одна из самых дружелюбных форм. С визуальной точки зрения он воспринимается как гармоничная, безопасная фигура.



tegio.





дело.

БОЛЬШЕ,  
ЧЕМ СЛОВА.







**дело.**

БОЛЬШЕ, ЧЕМ СЛОВА.



**дело.**

**ВСЕ ДЕЛО  
В СРОКАХ.**

[delo.msk.ru](http://delo.msk.ru)

Экологически чистые  
материалы и уникальный  
архитектурный дизайн.



дело.

**дело.**

БОЛЬШЕ,  
ЧЕМ СЛОВА.

**СИЗОВА ОЛЬГА**

Маркетолог ДЕЛО

г. Москва,  
Холодильный пер., 3, корп. 1,  
стр. 3, этаж 1, пом. 3105

+7 903 130 59 69  
[info@delo.ru](mailto:info@delo.ru)

[www.delo.msk.ru](http://www.delo.msk.ru)

дeлo.

ВСЕ ДЕЛО В СЕМЬЕ



дело.





Девелопер нового поколения

дело.

НЕ ПРОСТО ОБЕЩАТЬ,  
АДЕЙСТВОВАТЬ.

495 33 63 0

**дело.**