Наружная реклама 2020—2021

homecity



Опроекте



Бизнес-класс от европейского девелопера



homecity, единственный настоящий квартал бизнескласса в этой части Москвы, расположен в непосредственной близости от станции метро «Румянцево». Он возведен на границе обширного лесопарка и состоит из пяти малоэтажных корпусов, выполненных из экологически чистых материалов. На благоустроенной территории квартала предусмотрены безопасные детские площадки, школа, детский сад, зоны семейного и активного отдыха.

Создавая концепцию homecity, мы вдохновлялись атмосферой западноевропейских кварталов с присущим ей вниманием к деталям повседневной жизни современной городской семьи.

Концепция наружной рекламы



Цели разработки креативной концепции наружной рекламы

- **ПРАКТИЧЕСКИЕ** заявить о появлении нового яркого проекта в локации, облегчить запоминаемость английского названия, привлечь целевую аудиторию.
- ИМИДЖЕВЫЕ подчеркнуть европейский дух проекта, преодолеть стереотипы об уровне жилья в Новой Москве и сформировать комплексную ценность у покупателей.



Персонаж, отражающий европейский характер и ценности бренда

Продуктовое или имиджевое сообщение бренда



Максимально читабельное название бренда

PPF Real Estate Russia

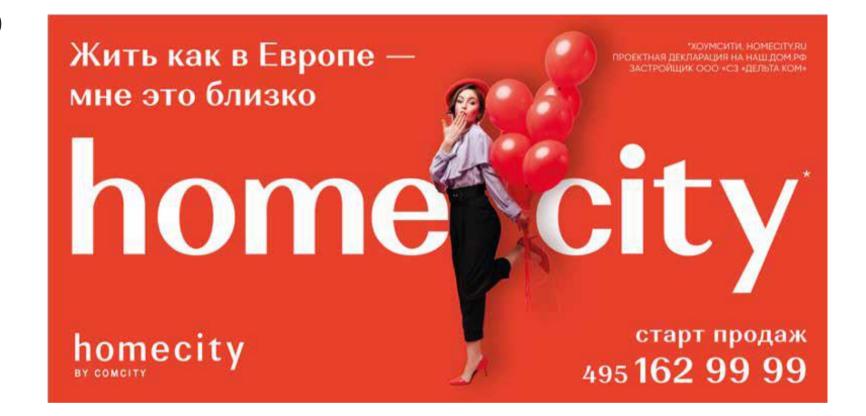
*ПО ИТОГАМ ПРЕМИИ РЕКОРДЫ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ 2021 **ППФ РИЭЛ ИСТЕЙТ РАША ***ХОУМСИТИ ОТ КОМСИТИ ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ: HOMECITY.RU, ЗАСТРОЙЩИК: ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «ДЕЛЬТА КОМ»

495 162 9999

Фирменный цвет фона, заметный в любых погодных условиях

Развитие креативной концепции

Весна 2020



Лето 2020



Осень 2020



Зима 2020



Примеры размещения креативов в городской среде

Весна 2020



Лето 2020



Осень 2020



Зима 2020



Эффективность размещения



НЕСМОТРЯ НА НЕБОЛЬШОЙ ОБЪЕМ АДРЕСНОЙ ПРОГРАММЫ И БОЛЬШУЮ КОНКУРЕНЦИЮ В ЛОКАЦИИ С МАССОВЫМИ ЗАСТРОЙЩИКАМИ НАМ УДАЛОСЬ:

- сформировать яркий узнаваемый визуальный стиль проекта
- достичь запоминаемости и узнаваемости бренда
- привлечь внимание в любых сезонных и погодных условиях
- раскрыть характер и ценности проекта без стандартной апелляции к коммерческим условиям — стоимости, скидкам, ипотечным ставкам.
- оптимизировать стоимость лида на 50%.

Команда проекта



НАТАЛЬЯ ЕРМАКОВА

Коммерческий директор PPF Real Estate Russia



ЮЛИЯ БЕЛОВИЦКАЯ

Директор по маркетингу и рекламе PPF Real Estate Russia

АНИАРОМ АННА

Арт-директор

