

WOW AWARDS 2023

Номинация: Радиоролик

**КЛЮЧЕВОЙ**

**посёлок 83а**

КОМОССТРОЙ®

ан  
два

Брендинговое  
агентство

# КОМОССТРОЙ® — застройщик № 1

по доле рынка первичного жилья  
в Удмуртской Республике

КОМОССТРОЙ®



**5 баллов —**

наивысшая оценка в рейтинге  
ЕРЗ по соблюдению сроков ввода  
жилья в эксплуатацию

**Строим уже  
18 лет!**

Название КОМОССТРОЙ® на слуху  
у жителей республики

ан  
два

# Масштабная рекламная кампания

Показатель	Медиагруппа <b>Лучшее решение</b>	Медиагруппа <b>Выбери Радио</b>
Станции	Новое Радио, Радио Ваня, Дорожное радио, Love Radio, Радио Дача	Европа плюс, Радио Дача, Ретро FM, Авторадио, Энерджи, Камеди, Детское радио
Охват	40% радиоаудитории Удмуртии	более 74% целевой аудитории (семейная аудитория, доход средний и выше среднего)
Средняя частота прослушивания, не менее	6	3
Количество контактов, более	1 100 000	5 000 000

## О проекте

ЖК «**Ключевой поселок 83а**» — точечная застройка в районе трёхэтажек конца 1940-х

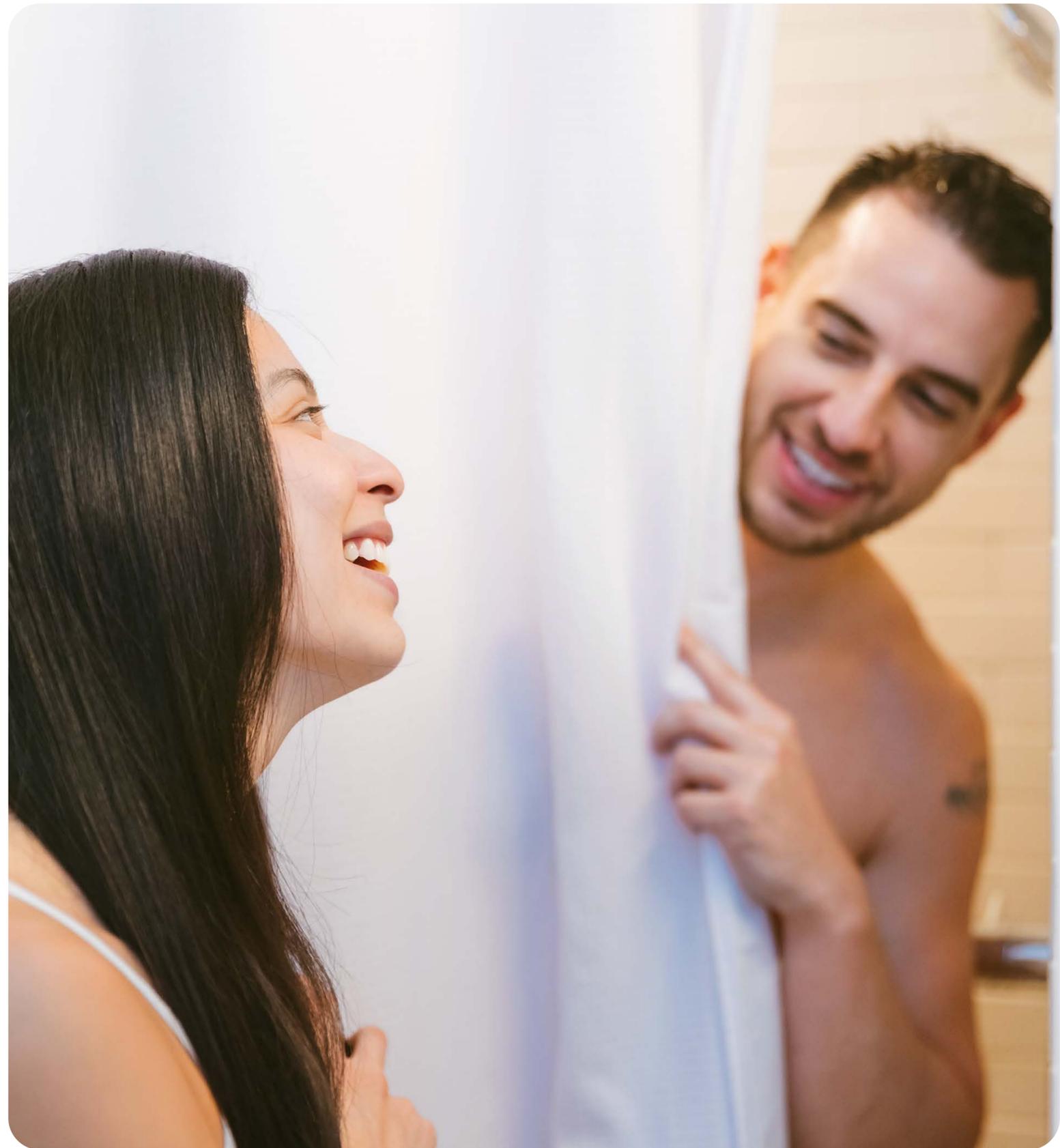
- + Развитая инфраструктура: социальная, спортивная, промышленная
- + Близкое к центральному расположению
- + Отличная транспортная доступность



## Портрет целевой аудитории

Портрет целевой аудитории

- + молодые люди 26–35 лет, для которых квартира станет их первым жильём, холостые и семейные, с детьми и без
- + местные жители, которые любят этот район и «привязаны» к нему территориально и инфраструктурно.



# Задача

Сложности при продаже ⇒ Задачи рекламной кампании

## Сложности

Высокая конкуренция—в районе продаются квартиры в ещё трёх ЖК класса Комфорт

Есть тенденция тяготения молодёжи к более доступным окраинным ЖК

«Пенсионерский» имидж района отрицательно влияет на продажи молодой аудитории

## Задачи

Отстроится от конкурентов имиджевыми инструментами

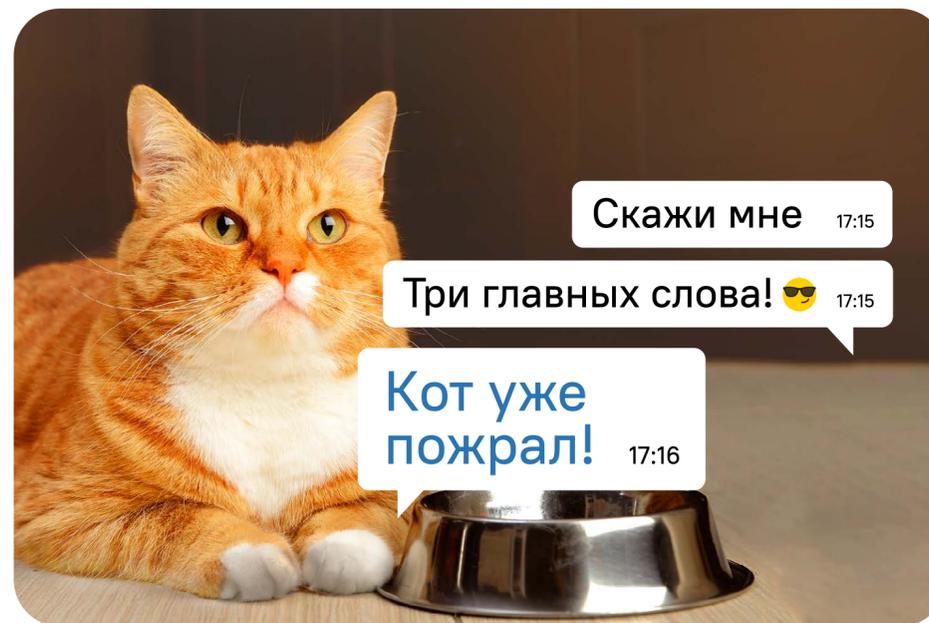
Подать УТП комплекса так, чтобы за них захотелось заплатить

Сформировать имидж ЖК как некоего острова молодёжи, в том числе семейной

## Идея рекламной кампании



**Носитель:** серия роликов на радио — диалоги из семейной жизни.



**Настроение:** жизненно, реалистично, дружелюбно, с юмором.



**Звуковые эффекты** — бытовые звуки для погружения в атмосферу квартиры, в которой живут герои.

# Концепция построения роликов

Каждый рекламный ролик—классический скетч по схеме  
**Сетап** => **Панчлайн** => **Мораль**

**Сетапы** начинаются по разному, но заканчиваются всегда одинаково:

Скажи мне 21:00

Три главных слова! 21:01

**Панчлайны** из трёх слов меняются под сетап:

Пошли чпокать пупырки!! 😊 21:11

Ещё одну серию 😍 03:23

Я почти готова 😊 21:30

**Мораль** заканчивается тремя словами, которые раскрывают УТП, зашифрованные в скетчах.



**Ролик — ссылка  
кликабельна**

\* Невский — ещё  
один наш ЖК

**КОМОССТРОЙ®**

Нам нужно быть в «Невском\*»  
через полчаса

Скажи мне три главных слова!

[шум воды в душе]

Я почти  
готова 😊

Главные слова жилого комплекса  
Ключевой посёлок 83а:  
**большие уютные ванны**

ан  
два



**Ролик — ссылка  
кликабельна**

Хочется чего-то тёплого,  
нежного

Скажи мне три главных слова!

Пельмешки  
есть будешь? 🤔❤️

[Звук кипящей воды]

Главные слова жилого комплекса  
Ключевой посёлок 83а:  
**большие кухни-гостиные**



## Ролик — ссылка кликабельна

Этот ролик вызвал больше всего обсуждений, как и аналогичный по содержанию билборд. Аудитория соцсетей разделилась на два лагеря: «носителей белых пальто» и нормальных людей.

Первые с жаром обсуждали, можно ли говорить по радио слово «пожрал» и вообще падение нравов в наружной и аудиорекламе. Вторым наш креатив что называется «зашёл» и они добродушно спорили с первыми.

КОМОССТРОЙ®

Мы уже три года вместе

Скажи мне три главных слова!

[Звук урчания кота]

Кот уже  
пожрал! 😊

Главные слова жилого комплекса  
Ключевой посёлок 83а:  
**настоящие семейные ценности**



**Ролик — ссылка  
кликабельна**

Я распаковал коробки

Скажи мне три главных слова!

Пошли чпокать  
пупырки!! 😄

[Звук чпокающихся пупырок]

Главные слова жилого комплекса  
Ключевой посёлок 83а:  
**удобные смарт-планировки**



**Ролик — ссылка  
кликабельна**

Мы в постели, ты—прекрасна

Скажи мне три главных слова!

[Хруст чипсов]

Ещё одну  
серию? 😍

Главные слова жилого комплекса  
Ключевой посёлок 83а:  
**просторные тёплые спальни**

**Все ролики.  
Ссылки кликабельны**



**Большие  
уютные  
ванны**



**Большие  
кухни-  
гостиные**



**Настоящие  
семейные  
ценности**



**Удобные  
смарт-  
планировки**



**Просторные  
тёплые  
спальни**

## Результаты рекламной кампании

Интересно, что белые пальто надели люди 45+, а оппонировало им более молодое поколение.

Соцсети и маркетинговые исследования показали, что рекламная кампания ЖК «Ключевой посёлок 83а» **достигла поставленных целей:**

Отстроиться от конкурентов имиджевыми инструментами

Подать УТП комплекса так, чтобы за них захотелось заплатить

Сформировать имидж ЖК как некоего острова молодёжи, в том числе семейной

## Результаты рекламной кампании

Продажи квартир стартовали в ноябре 2022 вместе с рекламной кампанией

Статистика выполнения месячных планов продаж



Высокая конверсия  
брони в сделку

34%