

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 Лучшее решение	Медиагруппа Выбери Радио
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

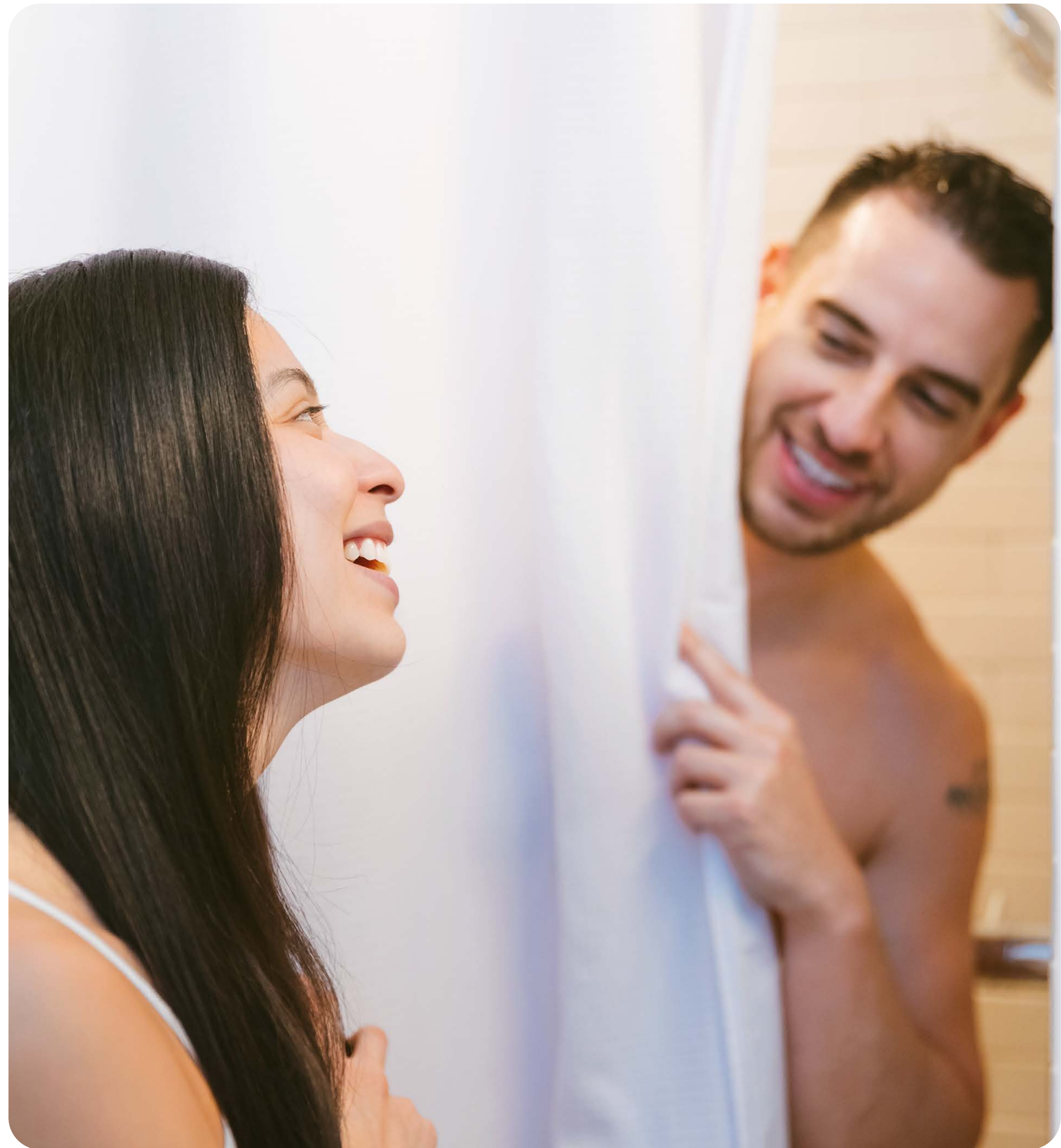
- + Развитая инфраструктура: социальная, спортивная, промышленная
- + Близкое к центральному расположению
- + Отличная транспортная доступность



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

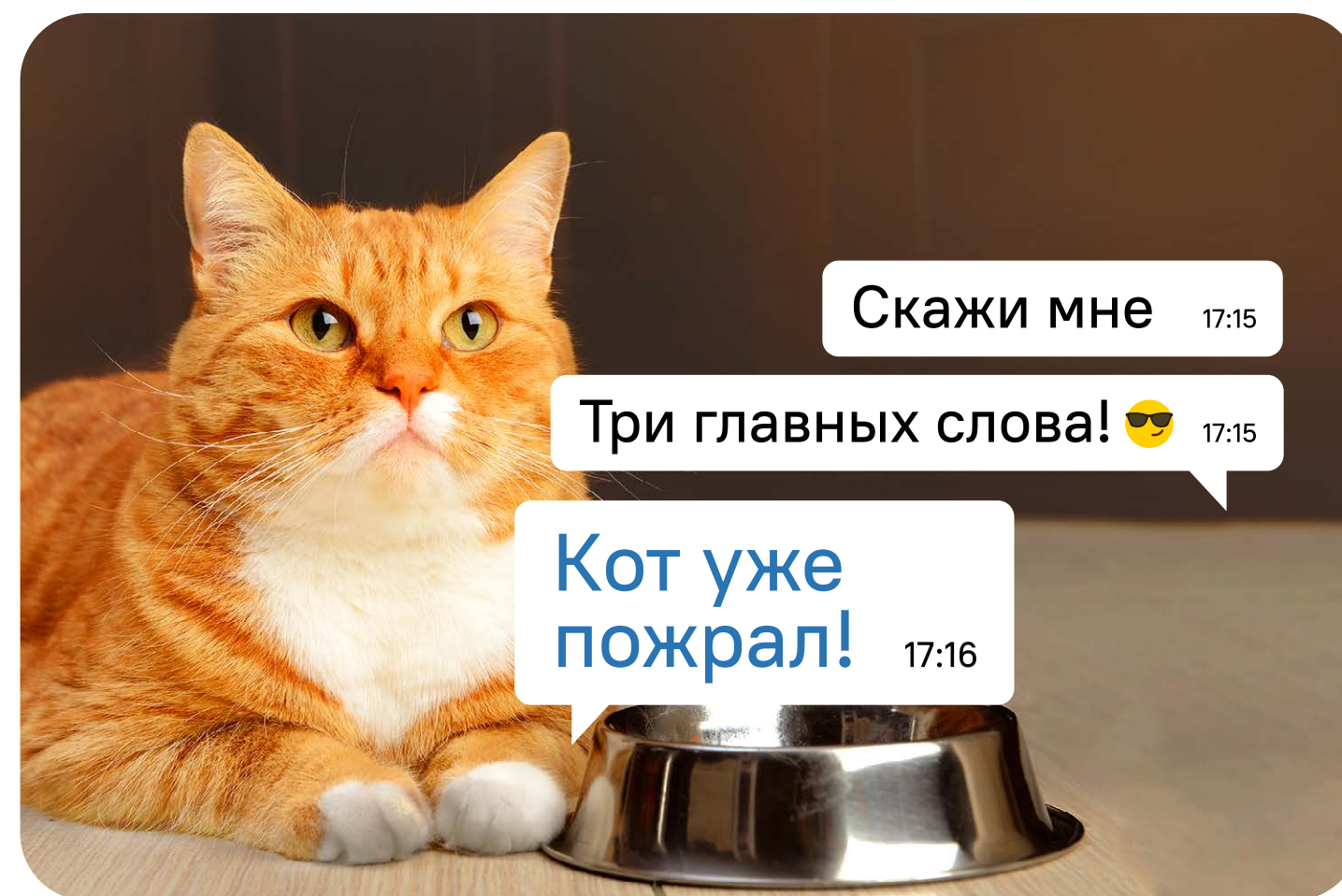
Подать УТП комплекса так, чтобы за них захотелось заплатить

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.

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!

Ещё одну
серию? 😍

[Хруст чипсов]

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%