

BRAND

ATTIONS

AND

COMMUNIC

Проект «Детские гостиные»:
как собрать миллион просмотров
в offline-пространстве.

LEGENDA DEVELOPMENT
LEGENDA KIDS
LEGENDA DEVELOPMENT



Цели

1

Повышение узнаваемости

Пассивная представленность бренда в популярном общественном городском пространстве с большим регулярным трафиком

2

Популяризация бренда

Коммуникация с ЦА через яркие впечатления и предоставление качественного и уместного сервиса

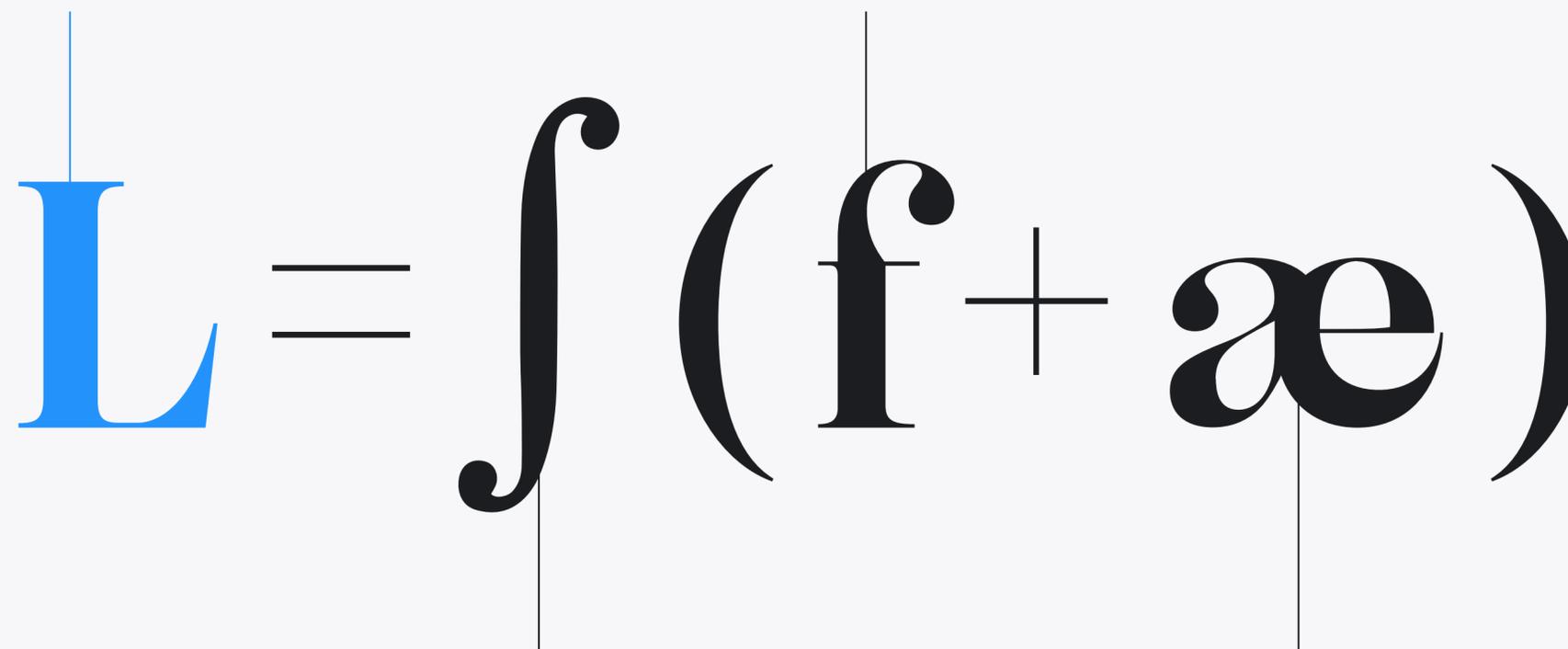
3

Нативная презентация продукта

Одно из реальных дизайнерских проектировочных решений реализовано в формате offline-интеграции бренда

Уникальный продукт
LEGENDA

Функциональность
и комфорт



Множество решений
для жизни

Эстетика
и впечатление

ПРОДУКТ: ДЕТСКАЯ ГОСТИНАЯ

Ребенку важно иметь собственное личное пространство. Не формально выделенное, а то, в котором он может проявить себя и свои желания. Это его мир, его «я – территория». Отдельная детская гостиная, соседствующая со спальней, – место для развития и формирования собственных предпочтений ребенка. Здесь поместятся и любимые игрушки малышей, и самые дорогие предметы подростков, а встречи с друзьями не будут мешать родителям.

Классно, когда у ребенка есть собственный мир

Дизайнерские квартиры

Новый вид планировочных решений от LEGENDA, основанный на осознанном использовании приёмов создания эстетичной среды. Детские гостиные можно встретить в коллекции планировочных решений проектов: «Черная речка, 41», «Малоохтинский, 68».

ДЕТСКАЯ ГОСТИНАЯ

LEGENDA
DEVELOPMENT

LEGENDA  KIDS

LEGENDA
DEVELOPMENT



ЕСЛИ БЫ В МОЕМ
ДЕТСТВЕ У МЕНЯ БЫЛА
СОБСТВЕННАЯ
ГОСТИНАЯ, Я БЫ СТАЛ
ЛУЧШЕЙ ВЕРСИЕЙ
ИЛОНА МАСКА

Родитель посетителя Детской гостиной



Уместная интеграция

В современном городском пространстве на этапе технического открытия было выявлено отсутствие детских поинтов. Прогнозируемый интерес со стороны семейной аудитории к новому фудмоллу был велик. Закрывать «боль» площадки и удовлетворить спрос будущих посетителей удалось, создав на территории Vokzal1853 сразу две Детские гостиные.

Мультисценарность

Интертеймент

В каждой комнате мы предусмотрели наличие достаточного количества игр для одного ребёнка и компании детей. А также установку телевизора с большим экраном, транслирующим любимые детские мультфильмы, фильмы и песни.

Творчество

У детей есть возможность рисовать, раскрашивать, делать поделки, участвовать в мастер-классах. А также разучивать песни, ноты, ставить собственные творческие номера на сцене и адаптироваться к публичным выступлениям.

Развитие

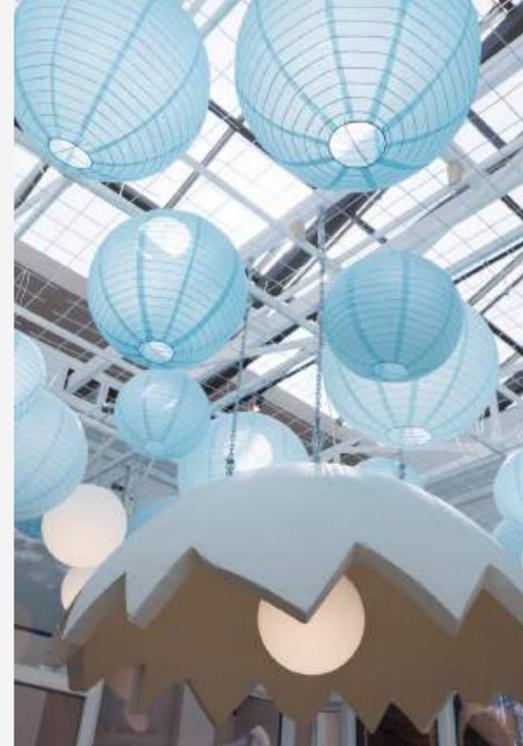
Атмосфера и наполнение комнат были разработаны и подобраны в сотворчестве с детскими преподавателями и психологами. В Детских гостиных есть развивающие пазлы и бизиборды, позволяющие развивать моторику, логическое мышление и творческий потенциал ребенка.

Детская гостиная_1

Это пространство создавалось с уклоном для детей дошкольного и младшего школьного возраста. Помещение оформлено преимущественно в нежных пастельных тонах с акцентами в натуральных природных оттенках, позитивно воздействующих на эмоциональное состояние ребёнка.

Комната с уютным игровым боксом в виде яичной скорлупы располагает к неспешным играм, творчеству и социализации малышей. Обязательным наполнением пространства является стеллаж с книгами, развивающими играми и канцелярией.

Дополнительные посадочные зоны в виде пуфов-кроликов приглашают малышей посмотреть мультфильмы или поиграть с настенными бизибордами, расположенными сразу на 3-х стенах помещения.





Детская гостиная_2

Комната, учитывающая интересы детей среднего школьного возраста - музыкальная Детская гостиная. В ней ребёнок может испытать новый опыт и выступить на небольшой камерной сцене с театральным занавесом и софитами. Музыкальные инструменты и микрофон позволяют создавать настоящие концертные номера и бэнды. А посадочные зоны в виде пуфов-перкуссий не только концептуально дополняют интерьер, но и позволяют другим детям или родителям выступающих комфортно разместиться в "зрительном зале" с лучшим видом на сцену.

В помещении предусмотрены так же столики для занятий творчеством, стеллаж с книгами и развивающими играми.





Результат и перспектива



КОЛИЧЕСТВО КОНТАКТОВ С БРЕНДОМ

>2,5 млн посетителей фудмолла за 2,5 месяца
>1 млн контакта с брендом. Для расчета взят трафик 1 этажа в центральном холле + трафик 2 этажа: зоны с наибольшей просматриваемостью вывесок с логотипом бренда.



УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА

Ежедневные переходы на сайт по QR-коду печатных материалов, размещенных в гостиных. Ежедневное упоминание бренда в социальных сетях с отметками на фото и видео посетителей.



ПОТЕНЦИАЛ РОСТА ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Фудмолл наращивает количество посетителей каждый месяц на 10-15% в зависимости от сезонности и мероприятий, проводимых на площадке, что гарантирует прирост органического трафика в Детские гостиные и увеличение контакта в брендом.

LEGENDA KIDS

[ПОСМОТРЕТЬ РОЛИК](#)