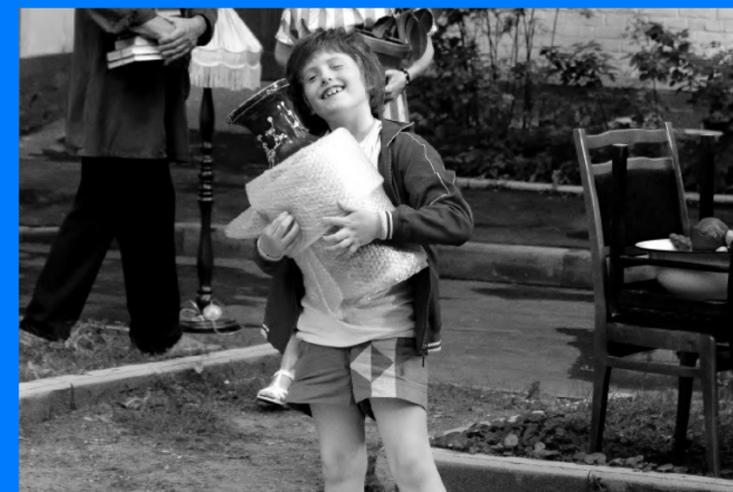


САМОЛЕТ ИПОТЕКА



Главной задачей было не просто напомнить о низкой ипотечной ставке, а вдохновить и рассказать людям, что настоящее тоже полно возможностей.

Пленка, атмосфера ностальгии, непосредственность детей, использование киноязыка советского кино —

все это помогло донести до зрителя главную идею роликов: иногда нужно обернуться назад, чтобы уверенно посмотреть вперед. Ведь многих современных преимуществ раньше просто не существовало. Например, такого продукта как ипотека, которая сегодня помогает переехать в собственную квартиру от «Самолет».

Ипотека 2,99%

Серия роликов, где действия разворачиваются в условном прошлом



// Хлеб

1 504 611

просмотров на YT



// Каршеринг

1 539 066

просмотров на YT



// Конфколл

1 588 518

просмотров на YT



// Поп-ит

1 521 760

просмотров на YT

Sales результаты

"Ипотека 2.99" вызвало повышенный интерес у потенциальных потребителей и благодаря эффективной креативной концепции и медиа стратегии составила существенную долю в продажах группы "Самолет".

После окончания льготной ипотеки тенденция к росту как доли, так и числа ипотечных договоров сохраняется.

Динамика ипотечной программы за период положительна: в целом, доля ипотеки 2.99/4.99 от всех ипотечных договоров растет.

Доля продаж по программе "Ипотека 2.99" в июне 2021 (перед окончанием льготной ипотеки) достигла

55%

от всех ипотечных договоров.

Размещение роликов проводилось на трех площадках: Google (Youtube), Yandex и Getintent. На текущий момент размещение длится 11 месяцев с перерывами. За это время было получено:

94 млн.

показов креативов

43,5 млн.

просмотров

46,21%

средний VTR

Размещение принесло:

241 тыс.

кликов

49 тыс.

учтенных post-view конверсий

Несмотря на большую длительность размещения, удерживаются показатели досматриваемости закупки на прежнем уровне даже в последние месяцы. Это говорит о том, что ролики **долго не надоедают аудитории и эффективно выполняют свою задачу.**

самолет