

BRAND

ZONE

MAKE

AWISH



Цели

1

Трансляция позиционирования головного бренда

Укрепление устойчивых ассоциаций: дизайн, функция и эстетика, впечатления, урбанистика

2

Выход на молодую прогрессивную ЦА

Коммуникация с креативным кластером

3

Присутствие в локации

Обеспечение длительным присутствием бренда в локации непосредственной близости к месту строительства нового проекта “Легенда Васильевского”

LEGENDA

Севкабель

>700

мероприятий в год

2 млн

посетителей

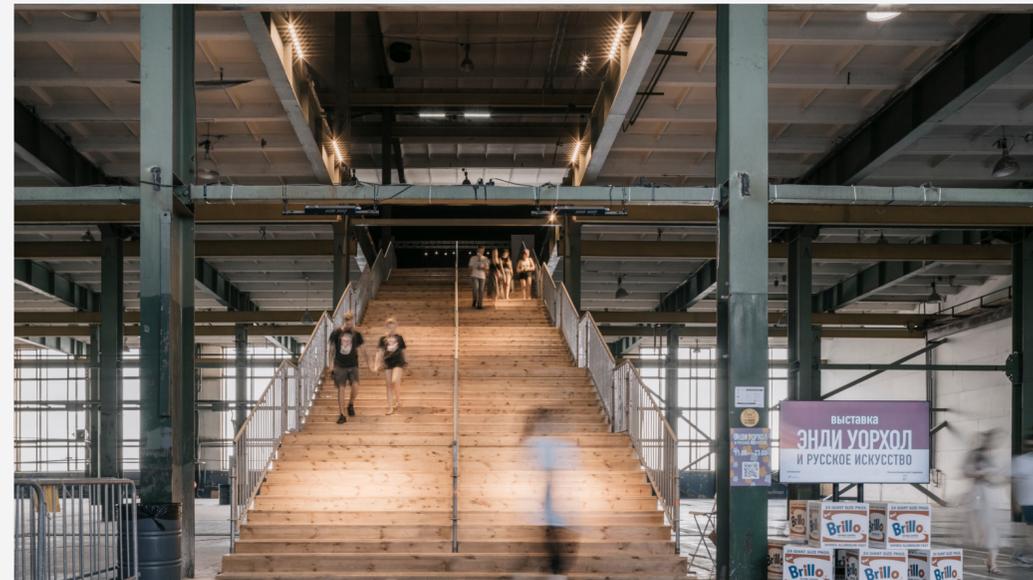
400

резидентов

Модный “центр города”: проект преобразования промышленного района

Общественное культурно-деловое пространство с видом на Финский залив

Самая популярная событийная площадка Санкт-Петербурга



BRAND ZONE



Повод

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ

Общественное культурно-деловое пространство Севкабель Порт

ДАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ

1.12.2023 - 10.03.2024

СОБЫТИЕ

«Зима в порту» – комплекс разнообразного интертеймента для зимнего времяпрепровождения. Центральным элементом комплексной застройки является каток внутри и вокруг которого сконцентрированы все развлечения для гостей.

Группа ЦА #1

- Прогрессивные молодые люди, представители креативного кластера

Возраст: 25 - 35

- Доход: средний+/высокий
- Любители современного искусства
- Энергичные, социально-активные, разносторонние, эмоциональные, впечатлительные
- Ценят качественный сервис и визуально эффектный контент

Группа ЦА #2

- Семьи с детьми

Возраст: 35+

- Доход: средний+/высокий
- Прогрессивно мыслящие, любят пробовать новое
- Энергичные, социально-активные, разносторонние, эмоциональные, впечатлительные
- Ценят качественный сервис и интертеймент для семейного досуга



LEGENDA

ЗАГАДАЙ ЖЕЛАНИЕ

MAKE A WISH

MAKE A WISH

Задачи

Создание яркой и нетривиальной новогодней бренд-зоны

- Уместное решение, дополняющее пространство “Зима в Порту” и user experience ЦА
- Заметный нестандартный брендинг

Увеличение длительности контакта с брендом

- Интерактивная механика со сценарным освещением
- Стимулирующая механика с розыгрышем подарков

Лояльность ЦА

- Яркий фотопoint для фото- и видеоконтента в соц. сетях
- Возможность осуществить своё желание, связанное с домом

Эмоциональная привязка



Территориальный аспект



Отражение характера девелопера

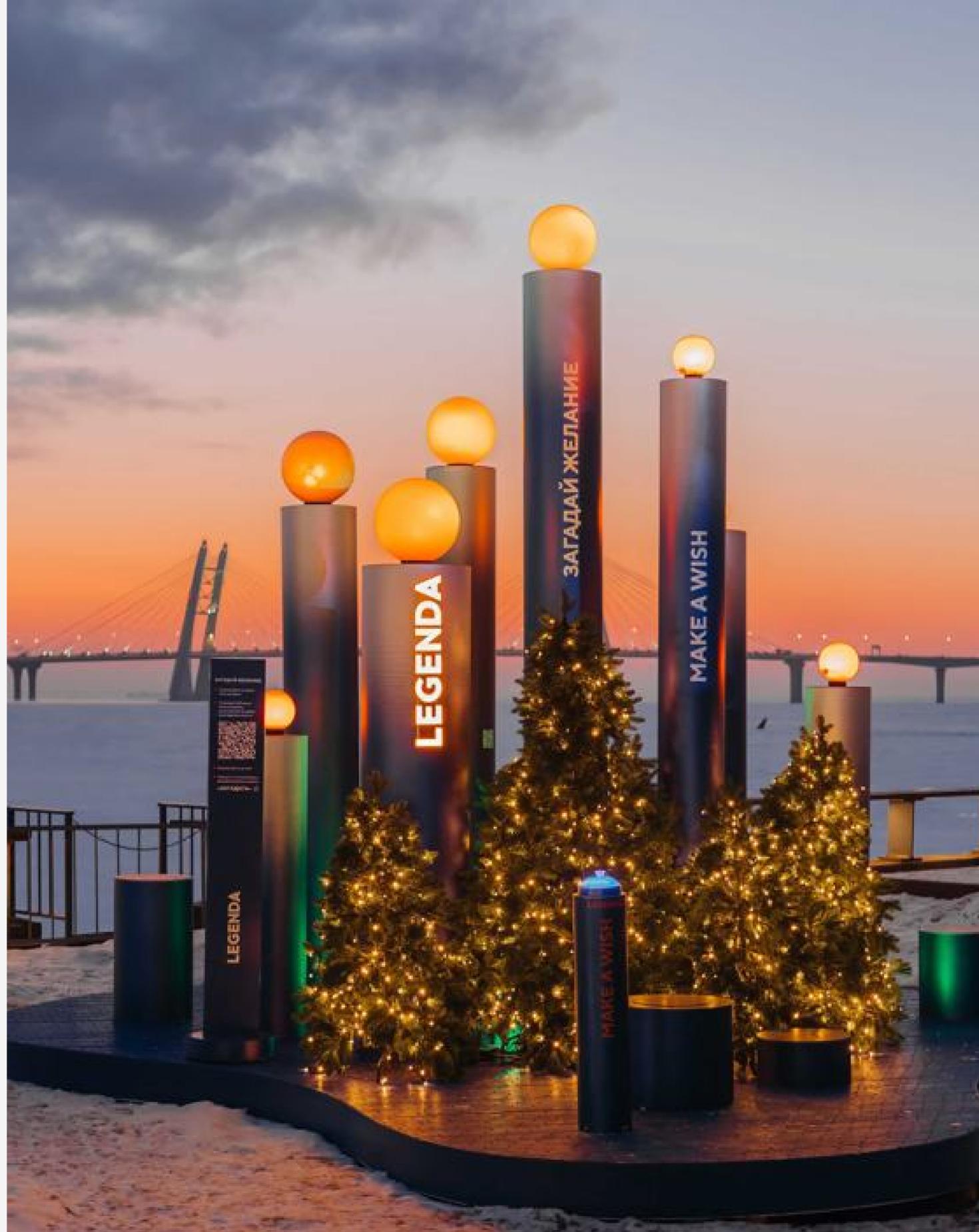


Концепция

В новогодние праздники все мы хотим верить в чудо, любоваться гирляндами и пить какао под треск свечей.

В качестве центрального образа нашей инсталляции были выбраны именно свечи как символ домашнего праздника и уюта.

Интеграция девелопера на территорию бывшего завода диктует своим формы, органично вписывающиеся в пространство. Свечи выполнены в урбанистической стилистике, а их разноуровневая высотность рифмуется с городской архитектурной линией горизонта.



Концепция

Строгий силуэт сбалансирован флюидным динамичным свечением плафонов и рождественскими деревьями между ними.

Настоящий урбанистический волшебный лес на фоне сумасшедшей красоты закатов финского залива.

Над визуальной составляющей бренд-зоны работал дизайнер Исмаил Беркель, который, в том числе, сотрудничает с австрийским бюро BWM Architekten.





LEGENDA

ЗАГАДАЙ ЖЕЛАНИЕ

MAKE A WISH

Интерактивная составляющая

1

Изменение сценарного освещения инсталляции

Посетители могли менять интенсивность и цвет свечения плафонов в “свечах” и гирлянд на ёлках нажатием кнопки. Из теплого оранжевого - в ярко-синий (цвета бренда).

2

Исполнение желаний

Каждый желающий мог сделать фото, отправить в форму обратной связи на лендинг и загадать любое желание, связанное с домом, его интерьером, своим Home Experience. Самые интересные и трогательные желания мы исполнили в новом году.

ЗАГАДАЙ ЖЕЛАНИЕ

ФИО

Email

Номер телефона

Свое желание
 Оно может быть просто описание желаемого подарка, или текст с прикрепленной ссылкой, если это конкретный продукт/услуга, о которых ты мечтаешь. Будь открытым в желаниях, связанных с домом, и оригинальным в их описании.

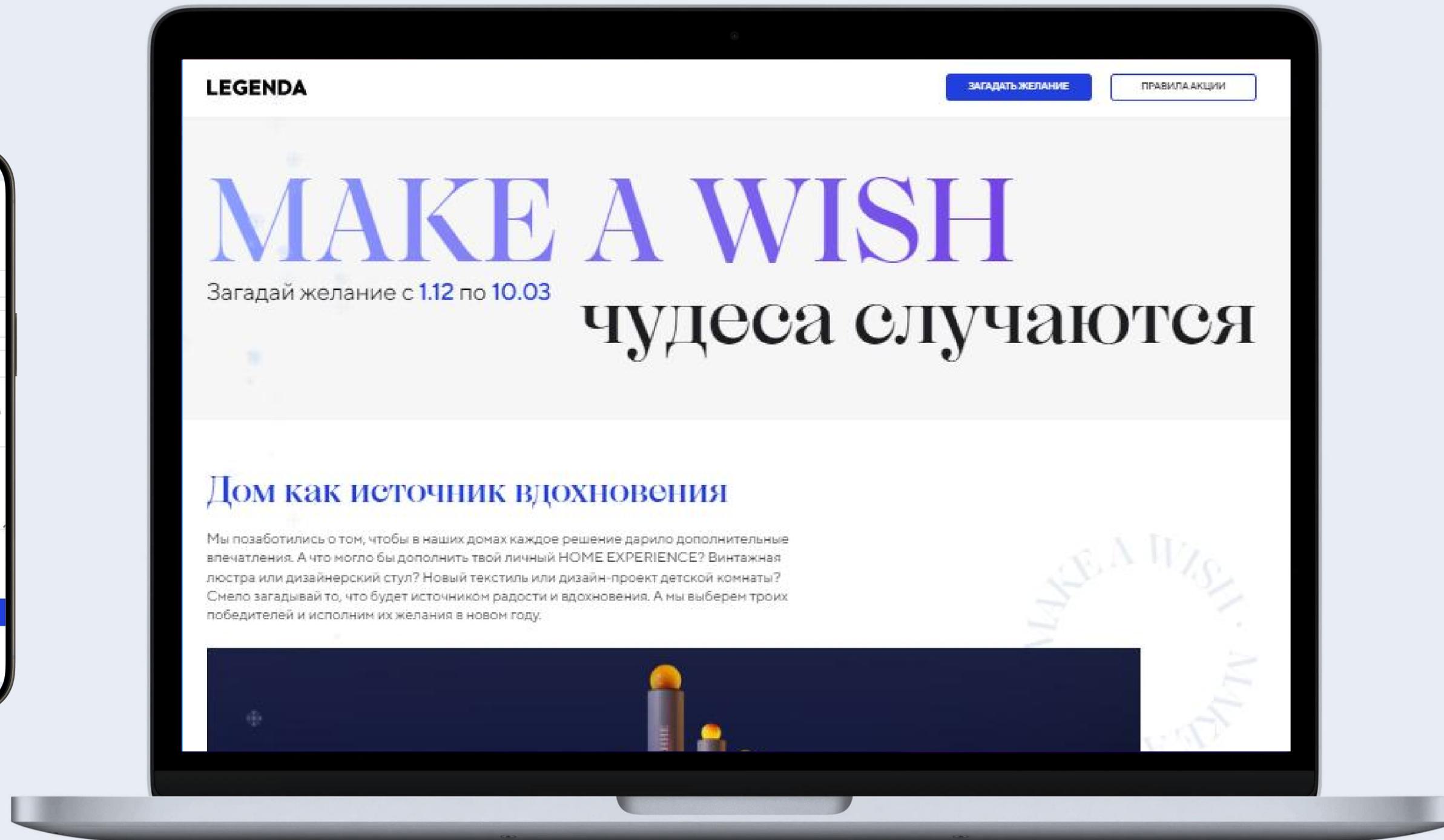
Загрузить файлы

Даю согласие на обработку персональных данных

ЗАГАДАТЬ

Правила акции

Лендинг проекта





**СЕЙЧАС Я КАК
КАПИБАРА: ПЛЫВУ
ПО ТЕЧЕНИЮ В
ОЖИДАНИИ СТАРТА
ПРОДАЖ ВАШЕГО
НОВОГО ДОМА
НА КОЖЕВЕННОЙ.
ОЖИДАНИЕ МНЕ
СКРАСИТ ПОСТЕЛЬНОЕ
БЕЛЬЕ С КАПИБАРАМИ**

Посетитель бренд-зоны LEGENDA



**МЕЧТАЮ
О ДИЗАЙНЕРСКОМ КРЕСЛЕ.
КРЕСЛО- МОЙ ЛИЧНЫЙ
ДОМ, ВНУТРИ ДОМА.**

Посетитель бренд-зоны LEGENDA



**ВОЗМОЖНО ВЫ
ПОМОЖЕТЕ МНЕ
ОБУСТРОИТЬ МОЮ
БУДУЩУЮ МАСТЕРСКУЮ
И ИСПОЛНИТЕ МОЮ
МЕЧТУ. МНЕ НУЖЕН
СВЕРЛИЛЬНЫЙ СТАНОК**

Посетитель бренд-зоны LEGENDA



**Я МЕЧТАЮ О ШКАФЕ,
КАК О ДВЕРИ В НОВЫЙ
МИР НОВОЙ МЕНЯ,
ДОСТАВАЯ И ПРИМЕРЯЯ
ВЕЩЬ ИЗ КОТОРОГО
Я УЖЕ НЕ Я, А ЦАРИЦА
НАРНИИ**

Посетитель бренд-зоны LEGENDA

Теплый остров

Так как в формуле продукта LEGENDA всегда есть эстетика и функция, нашу интеграцию дополнил тёплый остров на катке.

Здесь можно было согреться у камина и отдохнуть на мягких оранжевых подушках.

Над головой у гостей были круглые плафоны: такие же, как в бренд-зоне, но поменьше.





Результаты



КОНТАКТЫ

>5 тыс. контактов с брендом
260 участников акции



УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА

Десятки упоминаний бренда в
социальных сетях



РОСТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Рост охватов в социальных сетях в месяц интеграции
(+15%)

[▶ ПОСМОТРЕТЬ РОЛИК](#)