



Симфония
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

«Счастливое детство в «Симфонии»

WOW AWARDS 2025

ОБ ОБЪЕКТЕ

Жилой комплекс «Симфония» находится в г. Челябинске.

Строительство началось в мае 2024 года.
Среди главных преимуществ проекта:



ДЕТСКИЙ САД В ОДНОМ ИЗ ДОМОВ



БОЛЬШОЙ СКВЕР ДЛЯ ПРОГУЛОК



БЕЗОПАСНЫЕ ДЕТСКИЕ ПЛОЩАДКИ



КВАРТИРЫ С ОТДЕЛКОЙ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ВОЗРАСТ 30-50 ЛЕТ



Молодые пары
с желанием
завести детей



Семьи с детьми
и планирующие
расширение



Родители,
инвестирующие
в будущее детей

Основа ЦА - поколение X и Y.

Для них важно следование собственным правилам
и комплексная застройка, где есть вся инфраструктура:
школы, садики, спортивные и досуговые центры и др.



О СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ

С 1 июля 2024 года вступили в силу новые условия семейной ипотеки — теперь льготные ставки доступны семьям с ребенком до 6 лет.

В рамках внутренней аналитики было выявлено, что большинство первых контактов с застройщиком инициируются женщинами. Они особенно активно откликаются на рекламные предложения с яркими визуальными элементами и акциями.

Так появилась идея вовлечь детей в концепцию коммуникации, сделав её не только визуально привлекательной, но и наполненной искренними эмоциями.



ЦЕЛЬ

**Вызвать ассоциации Жилого комплекса «Симфония»
с идеальным местом для семей с детьми,
подчеркивая комфорт и безопасность.**

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Для максимальной вовлеченности аудитории мы провели исследование среди родителей, опросив более 300 семей, чтобы выявить наиболее близкие и знакомые «детские» фразы. **Наша цель заключалась в создании рекламных материалов, которые бы воспринимались как непосредственное обращение от ребёнка, живущего в ЖК «Симфония».**

Мы также **интегрировали фирменный оранжевый цвет ЖК в дизайн**, придав детям на баннерах рыжеволосые образы. Это решение помогло подчеркнуть уникальность бренда и создать теплую атмосферу доверия.

Нейросети сыграли ключевую роль в оптимизации процесса разработки: они позволили существенно снизить затраты на создание креативных материалов и обеспечить точное воплощение нашей идеи.



A young girl with blonde hair in pigtails is smiling in a park. In the background, a small dog is visible. The entire image is covered with a semi-transparent orange filter. The text 'ВИЗУАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ' is centered over the image.

ВИЗУАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ



Симфония
жилой комплекс

+7 (351) 245-15-15
жксимфония.рф

**Пап, пошли
играть в футбол!**

**ДЕТСКИЕ И СПОРТИВНЫЕ
ПЛОЩАДКИ**

ЗАСТРОЙЩИК — ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «СИМФОНИЯ». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ — НА САЙТЕ НАШ ДОМ.РФ. 454008 ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. ЧЕЛЯБИНСК, УЛ. АВТОДОРОЖНАЯ, Д. 6, ПОМ. 11. ИНН 7448247148. ОГРН 3227400045652. ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.



Симфония
жилой комплекс

+7 (351) 245-15-15
жксимфония.рф

**Мам, а теперь
заведем собаку?**

**БОЛЬШОЙ СКВЕР
для прогулок**

ЗАСТРОЙЩИК — ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «СИМФОНИЯ», ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ — НА САЙТЕ ЧЕЛОВЕКОВ.РФ, 454000 ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. ЧЕЛЯБИНСК, УЛ. АВТОДОРОЖНАЯ, Д. 6, ПОМ. 17. ИНН 3443441149. ОГРН 1227400045120. ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.



Симфония
жилой комплекс

+7 (351) 245-15-15
жксимфония.рф

**Мам, ещё 5
минуточек!**

ДЕТСКИЙ САД ВО ДВОРЕ

ЗАСТРОЙЩИК — ООО СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «СИМФОНИЯ», ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ — НА СМЛТЕ. НАШ.ДОМ.РФ. 454000 ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. ЧЕЛЯБИНСК, УЛ. АВТОДОРОЖНАЯ, Д. 6, ПОИСК. Т. 7448247148, ОГРН 12237400045652. ПРЕДЛОЖЕНИЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.

АДРЕСНАЯ ПРОГРАММА

Цель маркетинговой стратегии заключалась в максимальном увеличении частоты взаимодействий целевой аудитории с наружной рекламой, продвижении нового бренда и привлечении внимания.

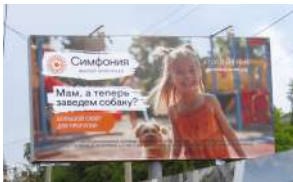
Продолжительность размещения:
3 месяца

География:
Челябинск и Челябинская область

Масштаб:
более 40 рекламных баннеров



РЕАЛИЗАЦИЯ НА НОСИТЕЛЯХ



ИТОГИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

на
68%
повысили объем
целевых звонков
в отдел продаж

на
135%
увеличили число
брендовых запросов

на
123%
выполнили план
продаж на 3 квартал
2024 года

85%
конверсия
бронирования
в сделку



ИТОГИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Мы усилили наружную рекламу, дополнив её инструментами интернет-маркетинга: контекстной и таргетированной рекламой, активностью в социальных сетях и публикациями в СМИ. Такой комплексный подход обеспечил взаимодействие с клиентами на всех этапах.

Полученные результаты:

- Ассоциация нового ЖК «Симфония» с уютом и комфортом для семей
- Рост эффективности интернет-рекламы и снижение стоимости конверсии
- Увеличение числа обращений в компанию и рост продаж жилья





Симфония

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС