



**НЕСТАНДАРТНОЕ
ПРОДВИЖЕНИЕ. DIGITAL.
«ГРУППА ЛСР»**

**ЕКАТЕРИНБУРГ
2022**

1

ЕСЛИ ВЗЯТЬ ДВУХ
МАЛЕНЬКИХ ДЕТЕЙ
И РАЗРЕШИТЬ ИМ
РАЗНЕСТИ КВАРТИРУ?

2

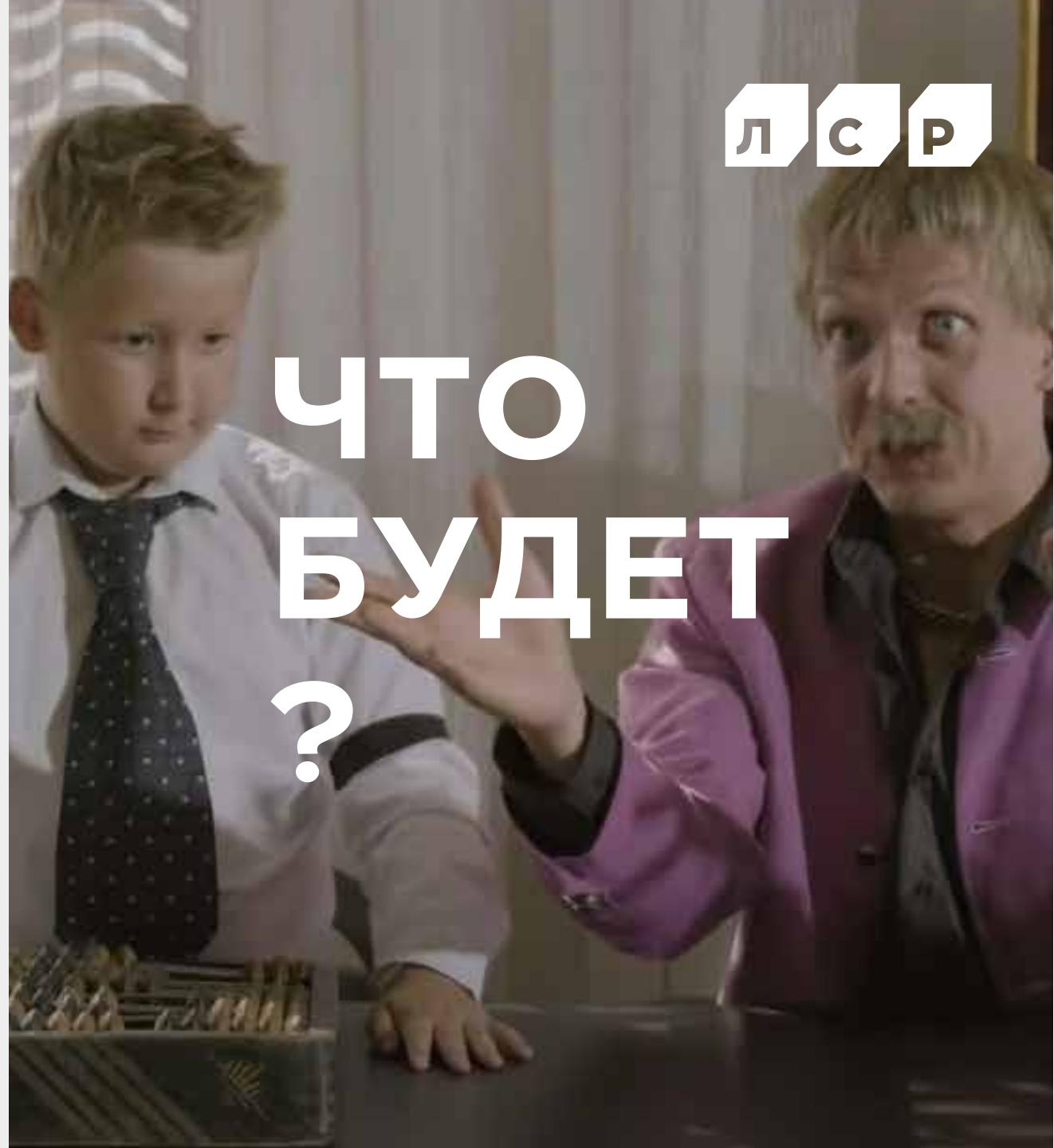
А ЕЩЕ ПОДАТЬ ВСЕ ЭТО
В СТИЛЕ БАЛАБАНОВА,
ПРИПРАВИТЬ ЯРКИМИ
ШУТКАМИ И СНЯТЬ
НА КАМЕРУ?

ПРАВИЛЬНО.

ПОЛУЧАТСЯ «ЖМУРКИ В НОВОСТРОЙКЕ» –
КОРОТКОМЕТРАЖНЫЙ ФИЛЬМ, АНАЛОГОВ
КОТОРОМУ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ
ЕКАТЕРИНБУРГА НЕТ И ВРЯД ЛИ БУДЕТ.

Л С Р

ЧТО
БУДЕТ
?



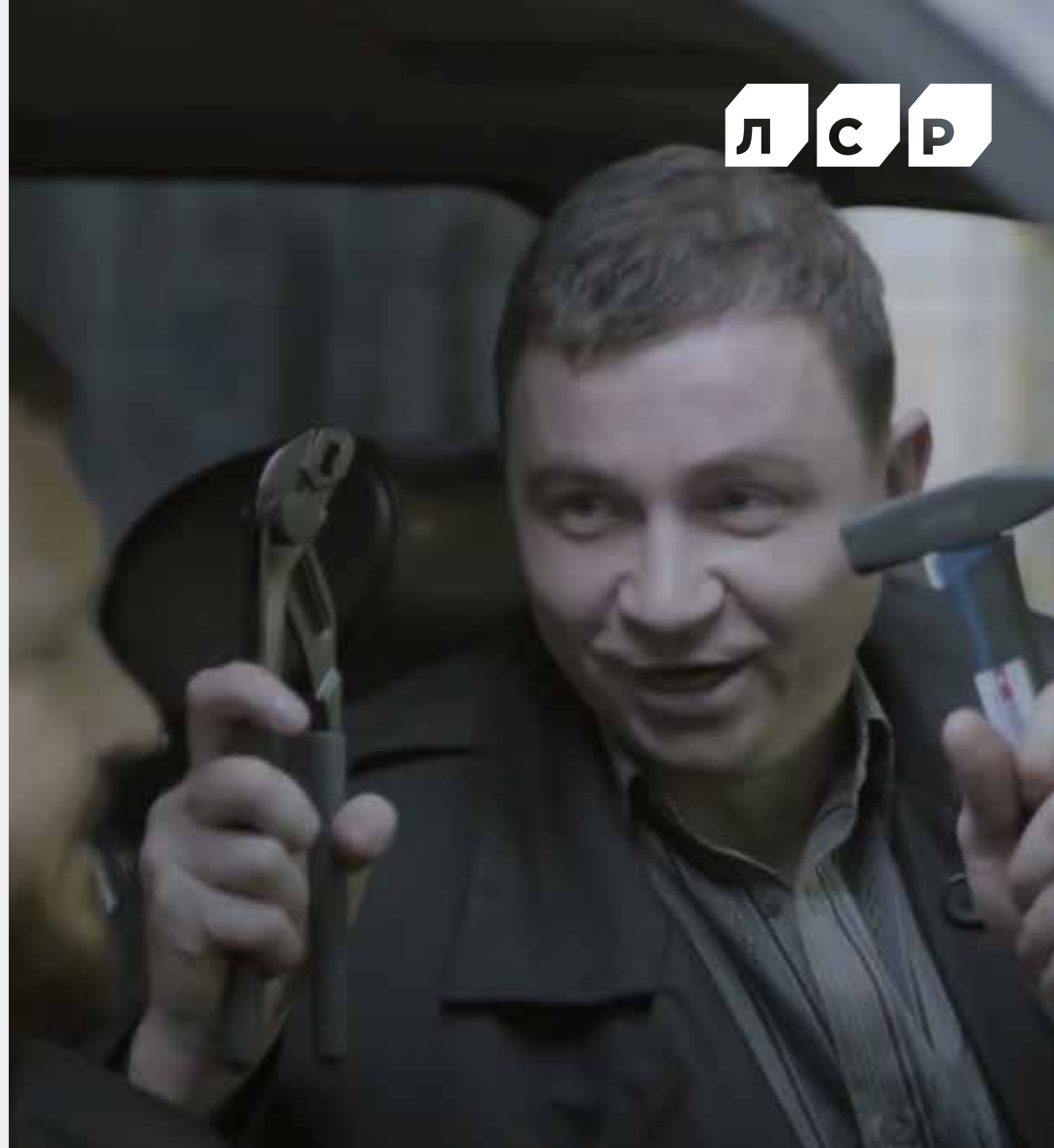
ЧТО БЫЛО СДЕЛАНО РАДИ ЭТИХ СЪЕМОК:

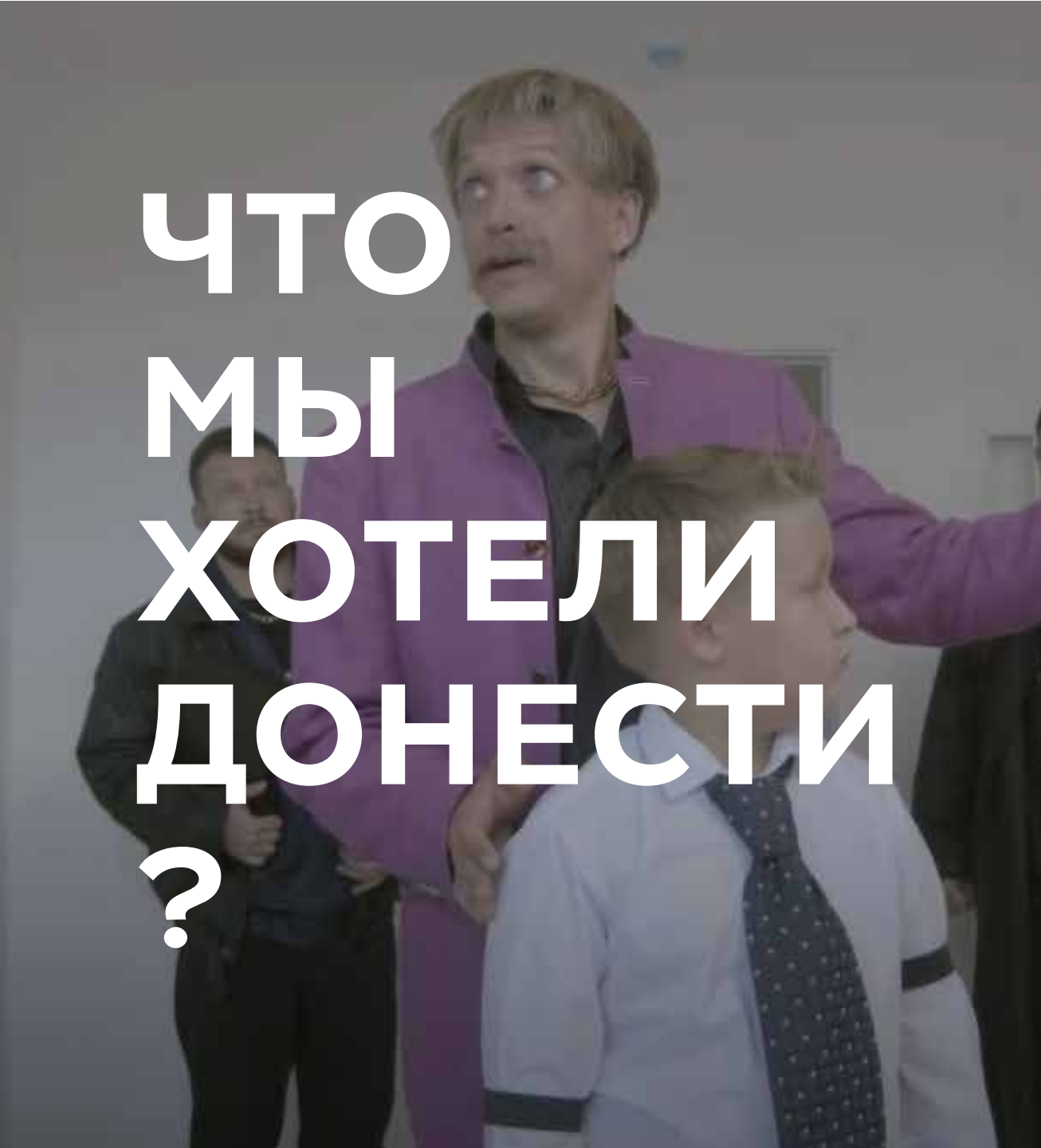


- Испорчена отделка в квартире стоимостью 12 миллионов рублей;
- Найдена черная «бэха» 1995 года с кожаным салоном, которая в итоге ездил в самом центре города через сплошную;
- Получен доступ (бесплатный) в цыганский коттедж, в котором все вокруг «дорого-богато»;
- Украден на детской площадке песок, который дети рассыпали на пол;
- Организованы поиски золотого дискового телефона среди всех театров и костюмерных города;
- Придумано устройство, которое помогало бы автоматически доставать из рукавов пиджаки и молоток (чтобы это напоминало кадр с пистолетами у Панина в «Жмурках»). Но в итоге оно не пригодилось;
- В 6:30 утра, когда все магазины не работают, куплены черные штаны на пятилетнего ребенка.

ПОЧЕМУ «ЖМУРКИ В НОВОСТРОЙКЕ?»

Согласно сюжету, Михалыч покупает для своего сына квартиру на вырост в ЛСР. И нанимает двух киллеров, чтобы они проверили ее на устойчивость к детским шалостям. Но, сколько бы они не старались и не глумились над квартирой с помощью своих мини-двойников, у них ничего не выходит.





ЧТО МЫ ХОТЕЛИ ДОНЕСТИ ?

Сюжет ролика работает на главный посыл: покупайте недвижимость для своих детей в ЛСР, за качество мы ручаемся. Потому что оно проверено самими детьми. В ролике они елозят песком по ламинату, разрисовывают обои фломастерами и пытаются кидать бомбочки из окон. Конечно, всё безрезультатно.

Месседж понятен, а вот обертка, в которую это упаковано, – далека от сухого ТЗ. Здесь есть и лихие 90-е, которые сейчас на пике популярности. И тонкий юмор, иногда на грани фола. И, конечно, недвижимость, которая и стала главным героем этого ролика.

Такого, чтобы отделку в квартире в одном из флагманских жилых комплексов, разносили в пух и прах, в нашей компании не было никогда.

Строители после окончания съемочного дня прислали в PR-отдел это фото тряпок в надежде, что именно пиарщики вернут все быстро в исходное состояние. Но в итоге за несколько часов оттерли и покрасили все фломастеры сами. Тем самым, еще раз доказав, что постулат про качественную отделку был верным.





А PR-ОТДЕЛ РАЗМЕСТИЛ ВИДЕО В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КОМПАНИИ:



Нажмите на [ссылку](#)



Нажмите на [ссылку](#)

РОЛИК ЗАЛЕТЕЛ:

И таргетировал это на аудиторию жителей города и Свердловской области от 25 до 54 лет, которые интересуются покупкой недвижимости на первичном и вторичном рынках.

- Средняя продолжительность просмотра составила 2:31, средний процент просмотра составил 66%, то есть значительно больше половины.
- При этом стоимость одного просмотра на Youtube была значительно ниже ожидаемой – на 32%. А CTR в полтора раза выше, чем у других роликов.



Набрал **37 тысяч** просмотров



Набрал **21 тысяч** просмотров

ПОЧЕМУ «ЖМУРКИ В НОВОСТРОЙКЕ?» ЗА ГРАНЬЮ СТАНДАРТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ:

- Они далеки от классических роликов о недвижимости, которые, как правило, состоят из красивых картинок фасадов, внутренней отделки или благоустройства;
 - В них есть узнаваемые персонажи и шутки про «пробак»;
 - А еще action – гонки, разрушения, бандиты.
- При этом ролик вирусный и вызывает правильные ассоциации с продуктом.**