



Борщевик Сосновского

Победа над жгучей армией

Цели, которые мы преследовали при создании ролика:

- Привлечение внимания к серьезной проблеме. Развили проблему в интересную идею и рассказали о сложном научном подходе простым доступным языком. Использовали прием иллюстрации для наглядности и увеличения просмотров, удержания зрителя.
- Повышение лояльности к бренду. Формирование положительного отношения к бренду компании. Борьбой с борщевиком компания показала, что заботится и делает все для того, чтобы горожанам, а особенно детям, было комфортно и безопасно в своем доме, в своем дворе.
- Изменение привычек использования продукта. Мы задаем новые требования к покупке жилья. Важны не только квадратные метры, район и инфраструктура, но и окружающая среда.

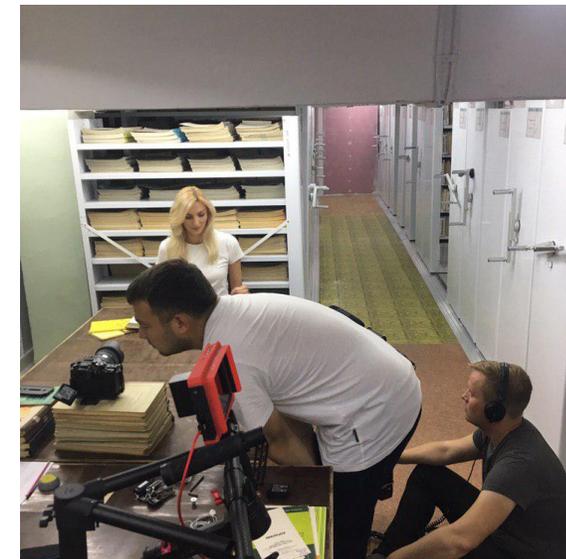
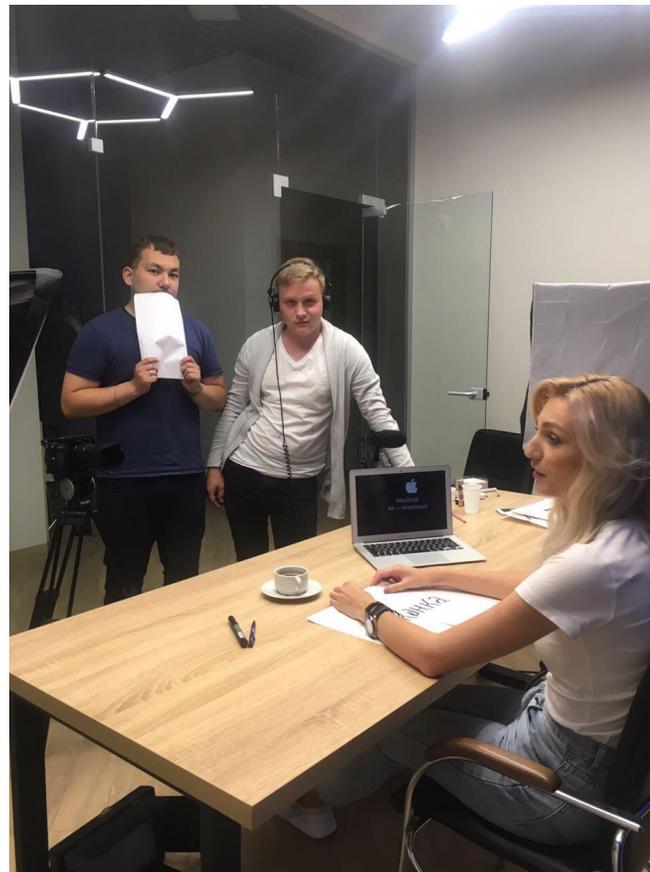


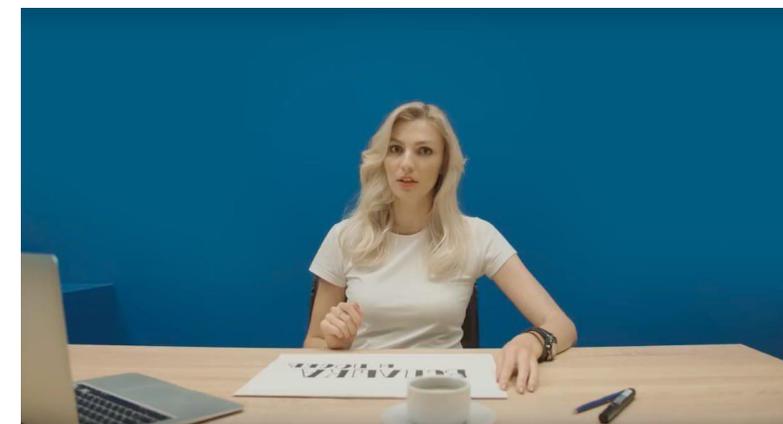
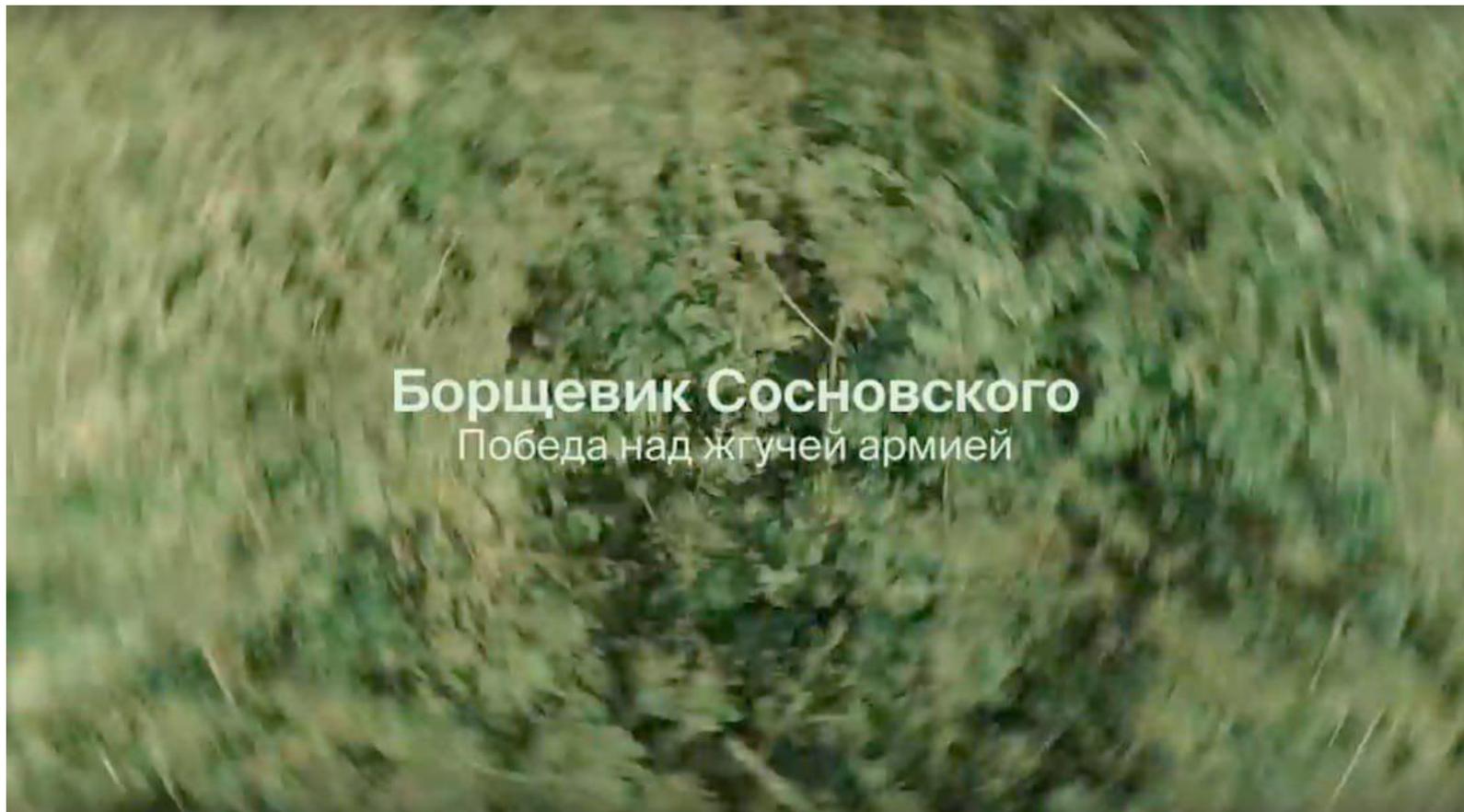
Съемки проходили в течение одной недели. Каждый день нам предстояла новая локация.

В последний день - пятницу - мы снимали начало и финал ролика, а также сцену с иллюстрациями.

Съемки длились до 2 часов ночи, руки опускались, глаза закрывались, сценарий был похож на портянку и измучен донельзя.

Но мы сделали это!





Ролик был размещен на YouTube канале компании СКАТ, в социальных сетях, а также на местных новостных порталах: БНК, Комиинформ, Комионлайн.

<https://speckat.ru/novosti/borba-s-borshhevikom-na-shag-vpered>

Чтобы решить проблему, понадобились время и системный подход к делу.

Специалисты, следуя санитарным нормам, трижды обработали участок рядом с ЖК «Атлантида» разведённым в воде препаратом.

Опрыскивание проходило максимально аккуратно, чтобы сохранить уже растущие там деревья и кустарники.

К сентябрю на участке от привычных зарослей в человеческий рост ничего не осталось.

В общей сложности на обработку ушло три дня, 130 литров гербицида и 350 000 рублей.



Реакция людей на видео была одобрительная. Комментарии в соцсетях и на новостных порталах выражали благодарность, восторг.

Люди радовались тому, что компания не просто строит дома и благоустраивает территорию рядом с жилыми комплексами, но и облагораживает городскую среду.

Люди были настроены положительно, подмечали, что ролик интересно и качественно снят.

На этой позитивной волне горожане стали активно интересоваться, будут ли проведены подобные работы и рядом с другими жилыми комплексами компании.

Мы получили более 100 положительных комментариев в соцсетях и на новостных порталах.

Клиенты, приходящие в офис компании также положительно отзывались об увиденном ролике и о результате проделанной работы.





«Нам же важно было не просто продавать квадратные метры, а создать комфортное пространство для жизни наших клиентов. Поэтому СКАТ занялся обустройством территории, которая никак напрямую к нашим объектам не относится, — рассказал директор компании Николай Мартынов. — Способ борьбы с борщевиком при помощи гербицидов хорошо себя зарекомендовал. Поэтому мы и дальше будем применять его, избавляя участки рядом с нашими жилыми комплексами от сорняка».