

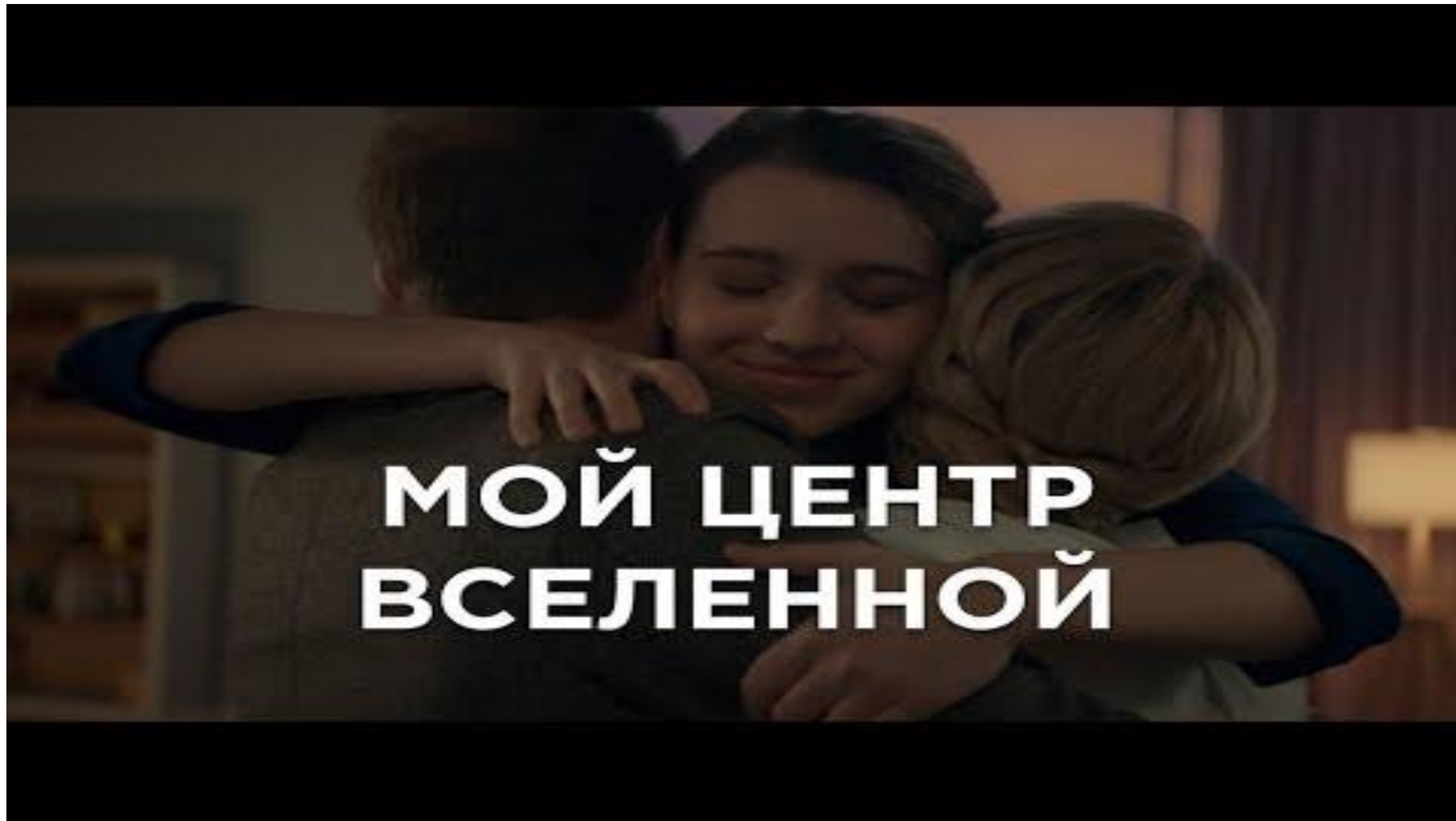
# Имиджевый ролик INGRAD



**Слоган:** «Мой центр Вселенной. Выбор есть всегда»

**Каналы:** ТВ, Интернет, соцсети

**Ротация:** декабрь 2019 – январь 2020 (в рамках рекламной коллаборации с Disney).





Перед творческой группой компании «Инград» стояла непростая задача: в рамках рекламной коллаборации ГК «Инград» и компании Disney органично вписать в оригинальное видео ценности легендарной саги «Звёздные Войны». Сюжет строился на созвучности месседжа, который столичный девелопер вкладывает в свою кампанию, с понятными каждому историями из далёкой Галактики. После просмотра чернового варианта мы согласовали с командой Disney отсутствие кадров из фильма, что является уникальным и смелым решением для видеоматериалов промпартнёров по фильму



Житейская история о покупке своего жилья взрослому ребёнку, легла в основу сюжета. Ролик должен был показать эмоции, связанные сразу с двумя переломными моментами в жизни любого человека: с одной стороны, «естественный» уход из-под родительского крыла молодой девушки, с другой стороны – начало новой, самостоятельной жизни. На главную роль была выбрана девушка, которая внешне похожа на главную героиню новой трилогии «Звёздные Войны».



В качестве вывода и своеобразного хэппи-энда этой бытовой драмы – мысль о том, что «строить новый мир» лучше, когда поддержка близких чувствуется даже на расстоянии.

Помимо идейной и эмоциональной связи между покупкой собственного жилья и освоением новых миров, мы использовали несколько точных деталей, которые дополняют атмосферу видео.

Первой такой деталью стала озвучка, которая напоминает рассуждения мастера Йоды: тембр, манера говорить, подчёркнутая афористичность рассказа, – поклонники серии невольно проведут параллели.

Во-вторых, монтаж и картинка: затемнённые планы, неспешное движение камеры в кадре, драматургия, - создают полное ощущение присутствия в кинотеатре.

Наконец, мягкая игрушка в виде Чубакки, связующая нить между «детским» прошлым и «взрослым» будущим. Сюжетный приём – билеты на фильм «Звёздные Войны: Скайуокер. Восход» для всей семьи.

TOTAL  
Coverage:

**761 174 408**

November

**603 242 190**

December

На 4 квартал 2019 года, когда была запущена кампания, пришлось

**32%** продаж  
ГК «Инград»

**29%** всех лидов  
за год!

Трафик вырос на **+46%**

лидогенерация на **+24,4%**

контрактация на **+38,7%**

выручка компании на **+42%**

**А бренд INGRAD вошел в ТОП-3 брендов застройщиков по спонтанной узнаваемости!**

**Спасибо!**

