

DIGITAL

Миниполис Серебрица
в социальных сетях



Задачи коммуникации

- Ознакомление аудитории с концепцией миниполиса и брендом;
- Эмоциональная связь и вовлечение аудитории в коммуникацию;
- Формирование положительного имиджа;
- Поддержание и усиление положительного имиджа;
- Использование UGC-контента от жильцов;
- Создание сообщества жильцов, в котором они смогут делиться информацией и обсуждать ее друг с другом.

Контент: визуальная концепция

Для оформления рубрик используются основные цвета бренда микрорайона Серебряца. Иллюстрации выполнены в спокойных тонах, отличающихся для каждой рубрики. Цветовые решения призваны передать ощущение гармонии и уюта в новых квартирах микрорайона. Центральный элемент фирменного стиля — Птица Серебряца в форматах векторного и фотореалистичного изображения.



Контент: типы и направления

Имиджевые посты: им посвящены 40% постов от общего контента. Посты направлены на ознакомление с корпоративной информацией и создание доверительных отношений с брендом.

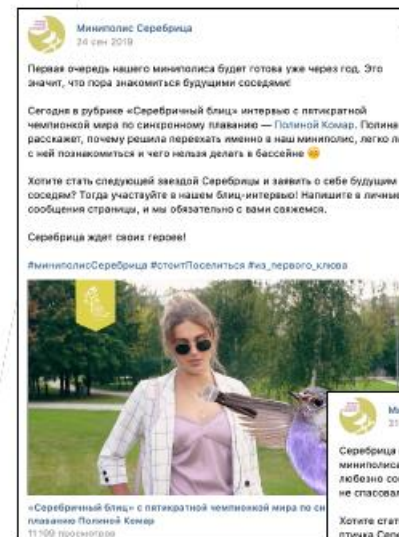
Стиль жизни: данному блоку постов посвящены 40% публикаций от общего контента. Посты развлекательного и полезного характера. В публикациях данного блока акцент делается на постинг актуальной информации – анонсы, лайфхаки и советы.

Локальные новости: данному блоку постов посвящены 10% публикаций от общего контента. Посты рассказывают о местных актуальных и обсуждаемых темах.

User-generated content/Пользовательский контент: данному блоку постов посвящены 10% публикаций от общего контента. В аккаунтах проекта публикуются фотографии пользователей с упоминанием миниполиса, фото природы окрестностей миниполиса.

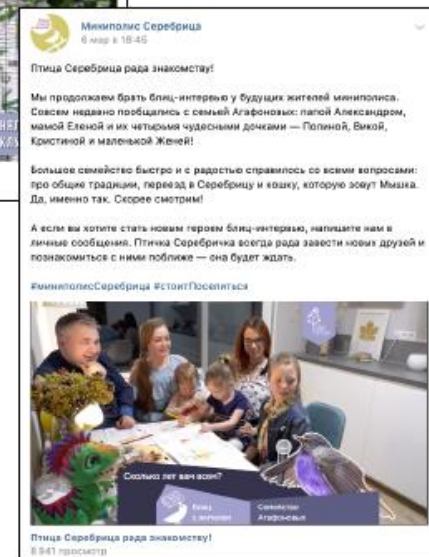
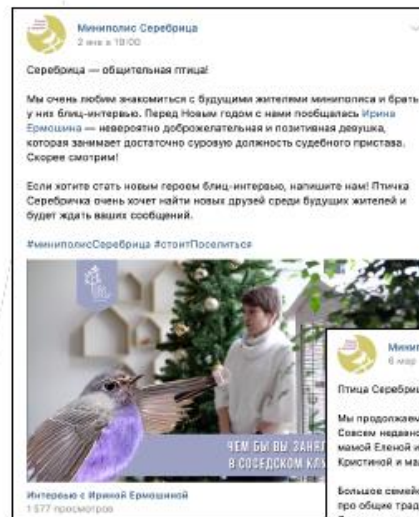
РУБРИКА «СЕРЕБРИЧНЫЙ БЛИЦ»

«Серебричный блиц» – рубрика посвященная в первую очередь будущим жителям. Формат рубрики: блиц – опрос, мы задаем короткие вопросы, а герои дают быстрые ответы. Содержание: Герои отвечают на вопросы о себе, своих увлечениях и причинах выбора миниполиса. Визуально публикации построены так, что интервью берет сама Серебрица.



РУБРИКА «СЕРЕБРИЧНЫЙ БЛИЦ»

Вопросы о преимуществах миниполиса сочетаются с личными вопросами. Такой подход позволяет: – Познакомиться с будущими соседями и сформировать у них позитивное мнение, что может стать еще одной причиной покупки. – Позволяет узнать о миниполисе “со стороны”, от такого же покупателя как и пользователь. Развеять сомнения и убедиться в преимуществах миниполиса. – Видео контент и UGC привлекают больше внимания, чем обычные публикации и посты. В данном случае мы пришли к сочетанию этих форматов и получили интересную рубрику с необычным содержанием и оформлением.



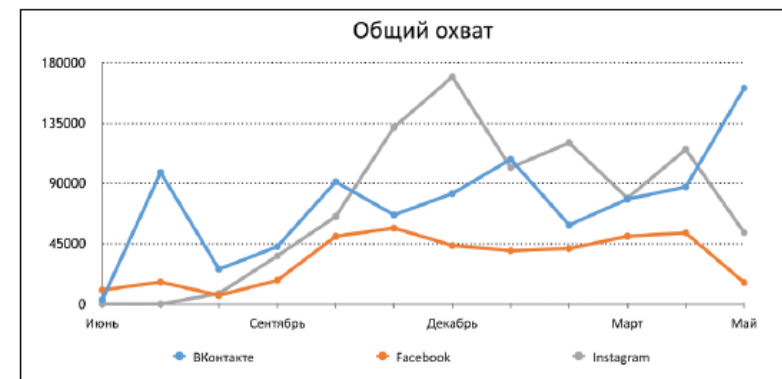
Кампания: итоги по трём площадкам

Расчет: средний ER Post высчитывается относительно всех постов и всей аудитории на всех площадках и равен - **0,47%**

Цифры за период (на 13.05):
общее подписчиков – **6821**;
общее количество реакций – **33779**;
общее количество постов **1062**.

Общее количество охватов за все время – **2 186 143** человек

	Количество подписчиков общее прирост	Среднее количество охватов	Среднее количество постов в месяц	Средний ERPost, %
общее	4506	62 946	96	0,47



средний ERPost высчитывается относительно всех постов и всей аудитории на всех площадках и равен - 0,47%

Итоги

- Мы привлекли на площадку Серебрицы более 4500 подписчиков с поправкой на отписки и чистку ботов/мертвых аккаунтов. Через публикации мы доносим не просто коммерческие преимущества жилья в миниполисе, но и атмосферу уюта, в которой будут находиться жители.
- Регулярно публикуем новости о ходе строительства миниполиса, преимуществах проекта и его инфраструктуре, что является приоритетом для аудитории. Благодаря этому получаем положительную обратную связь и высокое вовлечение подписчиков.
- Образ Птицы Серебрицы помогает делать контент более живым и динамичным. С помощью этого символа мы показываем различные сценарии жизни в миниполисе, обыгрываем инфоповоды и делимся важными новостями.
- Благодаря развлекательному и активационному контенту мы знакомим аудиторию с продуктом. Подписчики помогают нам выбрать, как будут называться корпуса Серебрицы, какие магазины расположатся на первых этажах. Это вызывает чувство сопричастности к одному общему делу и объединяет комьюнити.
- Публикуем фотографии подписчиков и пользователей из Опалихи и Красногорска. Показываем читателям достопримечательности и красивые локации, рядом с которыми возводится Серебрица.



Сити XXI век
ДЕВЕЛОПЕРСКАЯ ГРУППА