

DIGITAL

Спецпроект в соц.сетях зонтичного бренда
«Миниполис»



Сити XXI век
ДЕВЕЛОПЕРСКАЯ ГРУППА

Цели и задачи рекламной кампании

Цели

Формирование знания и лояльности ЦА к бренду миниполис

Бизнес задачи

Увеличение продаж, привлечение новых потенциальных потребителей.

Оптимизировать инвестиции в продвижение продуктовых брендов в перспективе.

Коммуникационные задачи

Применить всю совокупность ценностей предусмотренных социально-градостроительной концепцией «миниполис» и донести ЦА мысль о том, что миниполис – это семейный, заботливый бренд, с четко устоявшимися традициями, но вместе с тем современный бренд с передовыми взглядами на качество строительство.

Маркетинговые задачи

Обеспечение интереса к новым миниполисам компании Сити-XXI век, увеличение доли бренд-запросов, раскрытие преимуществ бренда, переключение внимания с объектов конкурентов (вызвать желание позвонить и узнать).

Целевая аудитория и выбор коммуникации



ЦА бренда «миниполис»: семейные пары с детьми, относящиеся к возрастной группе 25-55 лет.

Проживающие в Москве и Московской области, рассматривающие покупку недвижимости уровня комфорт и бизнес класса преимущественно в Московской области. Доход: средний и выше. Основное решение о покупке принимает женщина.

Период: февраль 2020 – март 2020 (2 месяца)

BLOG

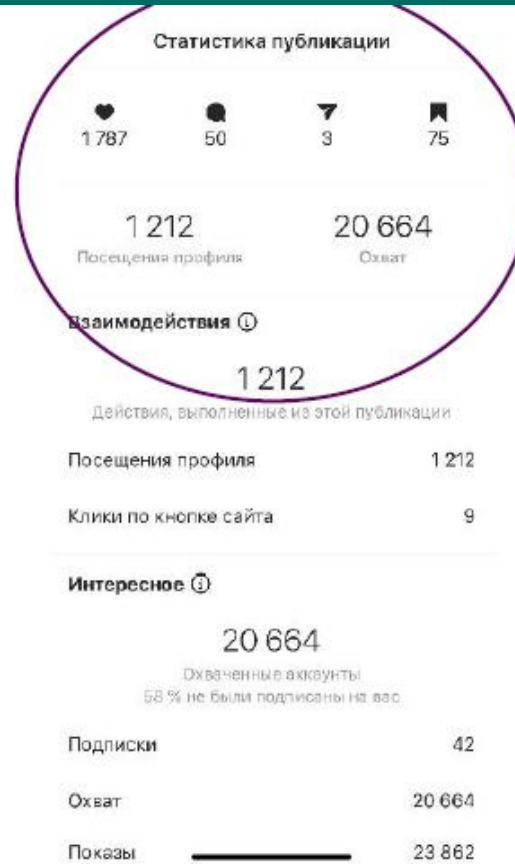
Выбор промоутеров бренда или микроинфлюенсеров основывался на следующих параметрах:

- Количество подписчиков от 10 000 человек
- Подписчики – женщины 25-35 лет
- Соответствие ценностным ориентирам компании
- Гео: Москва МО

Целевая аудитория и выбор коммуникации

Natalisedova

<https://www.instagram.com/p/B98vKOjwH/>



май 2020



ПАПА

В данной рекламной кампании мы решили выделить отдельным блоком аккаунты активных пап. Подобных аккаунтов, подходящих нам по параметрам не много.

У данных инфлюенсеров есть своя живая аудитория, которая откликается на нативное продвижение и находит в концепции бренда отражение своих ценностных ориентиров.

URL ПРОЕКТА:

<https://mamsila.ru/post/kak-otorvat-sovremennyh-detey-ot-gadzhetrov>

<https://www.nashideti.site/lgrushki-v-gostinoi/>

<https://n-e-n.ru/runkidrun/>

<https://www.nashideti.site/Kak-vyrastit-uspeshnogo-cheloveka/>

ОПИСАНИЕ ИДЕИ:

Центром концепции нашего спецпроекта стала ценность любви и поддержки для мам и их малышек.

При помощи раскрытия бытовых насущных вопросов, которые волнуют нашу ЦА, мы продемонстрировали, как в миниполисах на разных уровнях реализуются принципы заботы о людях и создания дружного сообщества жителей. Нам удалось раскрыть все У Т П продукта, которые отвечают запросам нашей ЦА.

Тщательно были подобраны тематики публикаций, которые нативно погружали ЦА в ежедневную проблематику и раскрывали преимущества концепции «Миниполис».

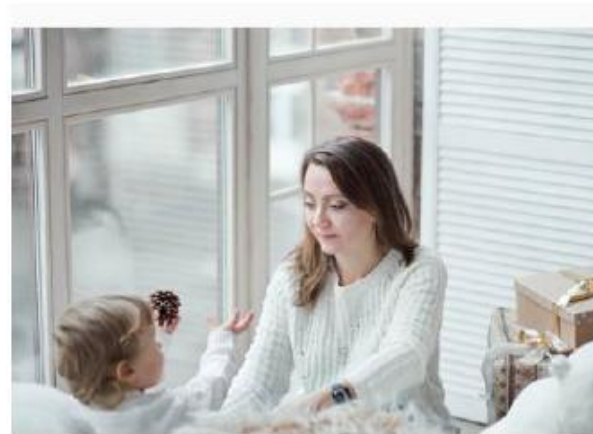
Концепция комплексной рекламной кампании

Инфлюенсеры



Belousova.beauty

<https://www.instagram.com/p/B9mXbjxopVG/>



ЯНДЕКС.ДЗЕН – Унесенные ремонтом «Жилье, которое я искал 10 лет»

<https://zen.yandex.ru/media/masterya/ia-10-let-iskal-takoe-jile-5e67843815e73325d76345d7>

Жилье, которое я искал 10 лет

11 марта 1 тыс. дочитываний 1,5 мин.

Наконец-то я счастлив! Нет, в браке-то я счастлив давно, но вот с жильем все как-то не складывалось. И это при том, что кое-какой бизнес позволял обзавестись неплохим жильем. Да вот беда: я – бывший спортсмен и так и не оставил тренировок. Жена – художница с образованием культуролога. И каждый несет двоим детям то, чем богат.



1 тыс. дочитываний
2,2 тыс. просмотров
1,5 мин. среднее время дочитывания
20 лайков

ЯНДЕКС.ДЗЕН – Шебби-шик «Почему я больше не хочу жить в своем доме. Из хутора в миниполис»

https://zen.yandex.ru/media/shebbi_shik/pochemu-ia-bolshe-ne-hochu-jit-v-svoem-dome-iz-hutora-v-minipolis-5e65fc171ca61724c162cfbe

Почему я больше не хочу жить в своем доме. Из хутора в миниполис

11 марта 12 тыс. дочитываний 1 мин.



12 тыс. дочитываний
15 тыс. просмотров
1 мин. среднее время дочитывания
208 + 40 лайки и комментарии

ЯНДЕКС.ДЗЕН – Три поколения «Наши дворы сейчас и во времена СССР»

<https://zen.yandex.ru/media/id/5c61b5afad73a000adfe2ae4/nashi-dvory-seichas-i-vo-vremena-sssr-5e7226d98316bf21df298c97>

В моей молодости, в 80-е, квартиру давали от предприятия, но, конечно, не все предприятия могли себе это позволить: бюджетники, например, могли стоять в городской очереди на жилье буквально всю жизнь и только лет в 55, наконец, из общежития переехать в свою квартиру. Если ты работал на стройке, то получалось побыстрее.



846 дочитываний
1,2 тыс. просмотров
1 мин. среднее время дочитывания
88 + 7 лайки и комментарии

ЯНДЕКС.ДЗЕН – Любовь к ребенку «Пусти, не хочу, ты плохая» - как мой 3-летний сын не хотел уходить с детской площадки, а она совсем развалилась»

<https://zen.yandex.ru/media/hellocat/pusti-ne-hochu-ty-plohaia-kak-moi-3letnii-syn-ne-hotel-uhodit-s-detskoi-ploscadki-a-ona-sovsem-razvalilas-5e72309c1469925fc6305aab>

«Пусти, не хочу, ты плохая» - как мой 3-летний сын не хотел уходить с детской площадки, а она совсем развалилась

18 марта 2,7 тыс. дочитывания 1 мин.

Построили у нас во дворе детскую игровую площадку по губернаторской программе. Проект, наверное, был хороший.

Не видела. Получилось не по нему, а по принципу незабвенного Черномырдина: «Хотели, как лучше, а вышло как всегда».

2,7 тыс. дочитываний
3 тыс. просмотров
1 мин. среднее время дочитывания
103 + 27 лайки и комментарии

ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА (совокупно):



ПОКАЗЫ

824 897



ДЕЙСТВИЯ
С ПУБЛИКАЦИЯМИ

64 380



ОХВАТ

760 698

Проект реализован успешно, с высокими результатами по показам, кликам и общему охвату.



Сити XXI век
ДЕВЕЛОПЕРСКАЯ ГРУППА