

ЖК ОСНОВА

Позиционирование, нейминг и фирстиль для жилого квартала

Вводные данные

Проект: Разработка нейминга и фирстиля для жилого квартала «Строймир»

География: г. Тюмень

Сроки: октябрь 2018 – март 2019

Цель: продвижение нового квартала «Строймир» на рынке недвижимости г. Тюмени

Задачи:

- разработать концепцию позиционирования нового жилого квартала «Строймир»
- сформировать устойчивое положительное отношение к району «Лесобаза» через позиционирование ЖК
- повысить узнаваемость бренда среди конкурентов

Аудитория бренда



Патриоты района Лесобаза



Заботливые
родители



Оптимисты



Непреклонные

Что они хотят от района?

Целевая аудитория	Что они хотят от района	Что им важно предложить
Патриоты района Лесобаза	Социальное одобрение, уважение и поддержка	Возможности для раскрытия своего потенциала
Заботливые родители	Безопасность для ребенка, возможности для роста	Комфорт, удобство, инфраструктура
Оптимисты	Максимум удобства за минимум вложений	Перспективу и свободу от компромиссов
Непреклонные	Чтобы их услышали ; чтобы с их мнением начали считаться	Радикальные перемены

Кто ядро?

Ядро ЦА.
В некоторых
случаях, это одна
и та же семья



Целевая аудитория	Что они хотят от района	Что им важно предложить
Патриоты района Лесобаза	Социальное одобрение, уважение и поддержка	Возможности для раскрытия своего потенциала
Заботливые родители	Безопасность для ребенка, возможности для роста	Комфорт, удобство, инфраструктура
Оптимисты	Максимум удобства за минимум вложений	Перспективу и свободу от компромиссов
Непреклонные	Чтобы их услышали и с их мнением начали считаться	Радикальные перемены

«Новое начало, обновление»

Описание идеи

Покупка новой квартиры – это время для обновлений. Переезжая, мы надеемся на то, что жизнь пойдет по-другому, привычный ход жизни разбавят увлекательные события, а картинки, которые мы видим в мечтах, наконец-то станут реальностью.

Даже если вы остаетесь в том же районе, есть шанс на перемены к лучшему. Новый квартал компании «Строймир» – лишь первый шаг на большом пути к обновлению имиджа района и его жителей.



Ключевое сообщение

Новый дом — это островок счастья и благополучия в ветхой Лесобазе, с которого начнется преобразование района. Образец новой жизни, **первый шаг** на пути обновления района и ментальности его жителей

Развитие позиционирования



Каким должно быть название в этом случае?

1
Русское
простое слово

2
Несет смысл
обновления,
лучшей жизни,
перспектив

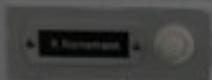
3
Без привязки
к полу

4
В большей степени
рассчитанное
на женскую аудиторию

5
Не абстрактным
и не «ванильным»

956

Неймунг



ЖК Основа

Основа жизни человека – окружение, в котором он провел свое детство и молодость. Вовремя повлиять на это окружение и создать благоприятную почву для развития – вот ключевая идея жилого комплекса «Основа». Неважно кто ты – успешный бизнесмен или студент – здесь каждый почувствует себя молодым, полным светлых идей и грандиозных планов.
«Основа» – для жизни!



_ O C H O B A

квартал
для жизни

V_ОСНОВЕ.РФ

ОСНОВА

Студии
от 950_000Р



СТРОЙМИР

stm72.ru | 600-602

ЖК «Тесла Парк» застройщик: ООО «СпецСтройМонтаж», ЖК «Первый ключ» застройщик: ООО «Строй Мир», ЖК «Горки» застройщик: ООО «СтройФер-Югра». Договор долевого участия. Проектная декларация на сайте stm72.ru и по адресу г. Тюмень, ул. Максима Горького, 76, оф. 427. Предложение действует до 31.12.2018 г. Подробности у специалистов отдела продаж. Не является публичной офертой.

квартал
для жизни

V_ОСНОВЕ.РФ

ОСНОВА

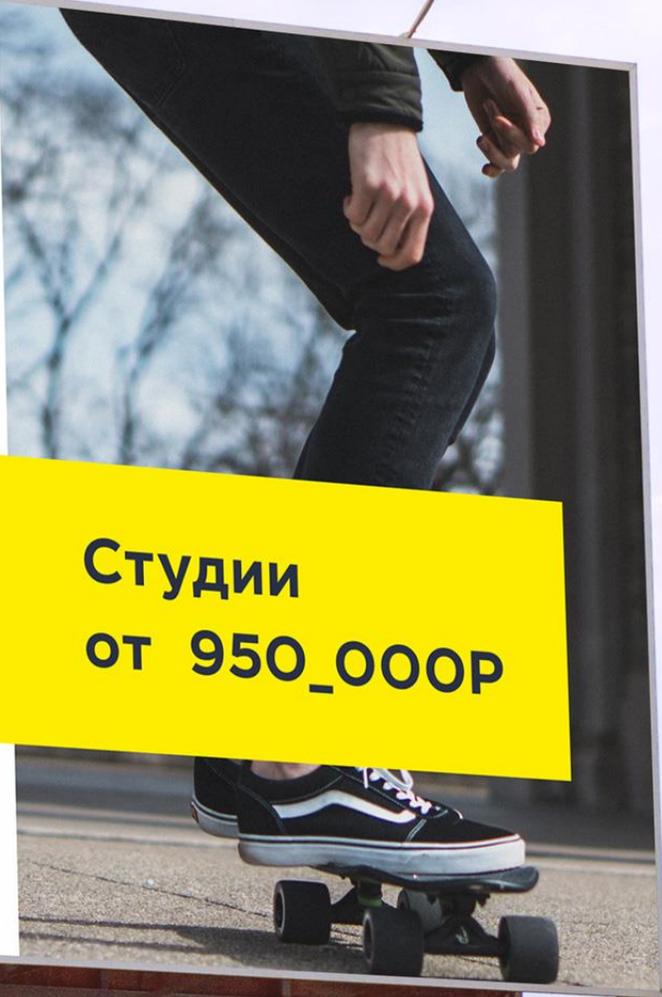
Студии
от 950_000Р



СТРОЙМИР

stm72.ru | 600-602

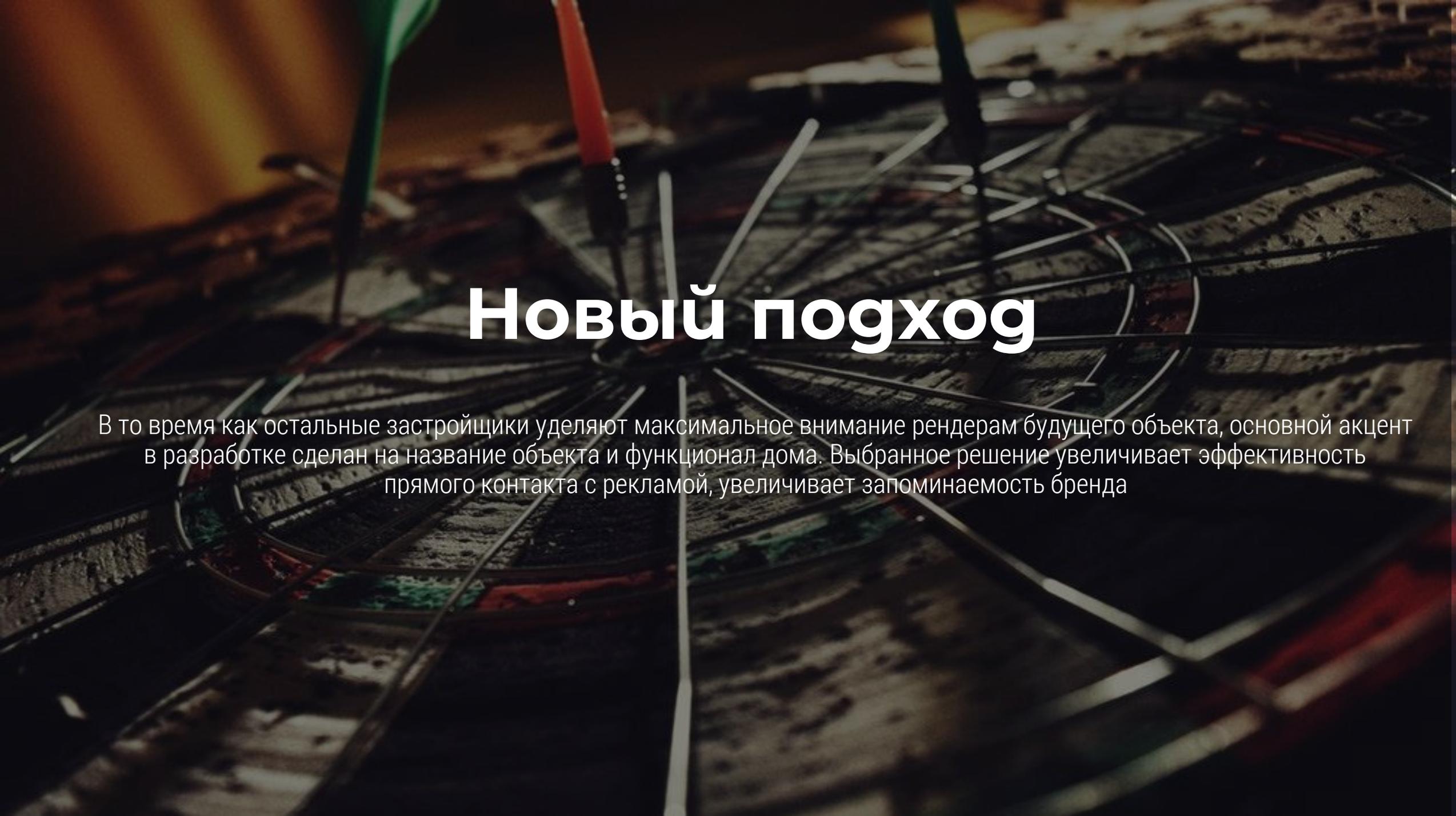
ЖК «Тесла Парк» застройщик: ООО «СпецСтройМонтаж», ЖК «Первый ключ» застройщик: ООО «Строй Мир», ЖК «Горки» застройщик: ООО «СтройФер-Югра». Договор долевого участия. Проектная декларация на сайте stm72.ru и по адресу: г. Тюмень, ул. Максима Горького, 76, оф. 427. Предложение действует до 31.12.2018 г. Подробности у специалистов отдела продаж. Не является публичной офертой.



Графическое решение

Разработан простой, функциональный и понятный логотип, который отражал бы основные ценности и обещания бренда, при этом легко считывался и органично адаптировался под различные форматы рекламных материалов.

Логотип занимает максимум площади макета, оставаясь заметным и при этом не разрушая общую композицию. Нижнее подчеркивание в логотипе одновременно обыгрывает семантику нейминга («основа» для текста), а также несет элемент интерактивности, задавая линию деления макета на две половины (верхнюю и нижнюю).



Новый подход

В то время как остальные застройщики уделяют максимальное внимание рендерам будущего объекта, основной акцент в разработке сделан на название объекта и функционал дома. Выбранное решение увеличивает эффективность прямого контакта с рекламой, увеличивает запоминаемость бренда



— Работаем!