

СТРАНА ДЕВЕЛОПМЕНТ

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ АВГУСТ-НОЯБРЬ 2019

г. Тюмень



ИДЕЯ

При формировании визуального образа РК отталкивались от **трендов в дизайне, фирменного стиля и правил формирования рекламного сообщения.**

В качестве айстопера использовали **крупные буквы**, так как выход рекламной кампании осуществлялся перед началом нового школьного года, когда множество детей изучают алфавит вместе с родителями.





ЦЕЛЬ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Сформировать **единый образ застройщика** и **повысить узнаваемость бренда**, при этом сказать о том, что акция или продуктовое предложения относятся к конкретному проекту.





ВОПЛОЩЕНИЕ

В рекламной кампании участвовало два ЖК компании Страна Девелопмент: **Европейский берег** и **Звездный городок**, использовались акционные и продуктовые предложения.

Для реализации были выбраны щиты 3х6м, 2,7х3,7 м, сити-формат. Всего 100 поверхностей по г. Тюмень.





ИТОГОВЫЕ ЦЕЛИ БЫЛИ ДОСТИГНУТЫ,
А ПОСЕЩАЕМОСТЬ ПРЯМЫХ ЗАПРОСОВ ВЫРОСЛА НА **17,6%**



г. Тюмень