

# WOW AWARDS 2022

Номинация:

Радиоролик

Миниполис. Зонтичный бренд



Миниполис – «Город семейных ценностей» - это градостроительная и идейная концепция, компания «Сити XXI век» реализует с 2010 года.

Концепция отражает нашу миссию и ценностные убеждения, с которым мы связываем будущую желаемую организацию городских территорий.

Миниполисы - это мини-города внутри мегаполисов, каждый из которых органично вписан в окружающую среду и самодостаточен для жизни и общения.

Особенностью миниполисов является процесс построения комфортной среды обитания за счет вовлечения жителей в общественно-развлекательную деятельность и построения комьюнити на базе «Соседского клуба» - проекта администрируемого «Сити-XXI век».

Ценности градостроительной и идейной концепции «Миниполис»:

- Российские традиционные ценности
- Этические и моральные принципы, ответственность
- Общность
- Саморазвитие
- Безопасная среда

Реализованные объекты: миниполис Строгинский, миниполис Самоцветы, миниполис Радужный

Строящиеся объекты: миниполис Серебрица, миниполис Рафинад, миниполис Дивное, миниполис 8 Клёнов

Ознакомиться с концепцией проекта можно по [ссылке](#)

### ЦЕЛЬ

Создать стимулирующий инструмент продаж, ориентированный на целевую аудиторию проектов.  
Обеспечение интереса к миниполисам Сити-XXI век.

### БИЗНЕС ЗАДАЧА

Увеличение продаж в миниполисах Сити-XXI век.  
Привлечение новых потенциальных потребителей.  
Переключить целевую аудиторию с конкурирующих брендов (вызвать желание позвонить и узнать),  
подтолкнуть покупателя к правильному выбору.

### МАРКЕТИНГОВЫЕ ЗАДАЧИ

Обеспечение интереса к миниполисам Сити-XXI век, подробное раскрытие ценностных и качественных преимуществ бренда

### КОММУНИКАТИВНЫЕ ЗАДАЧИ

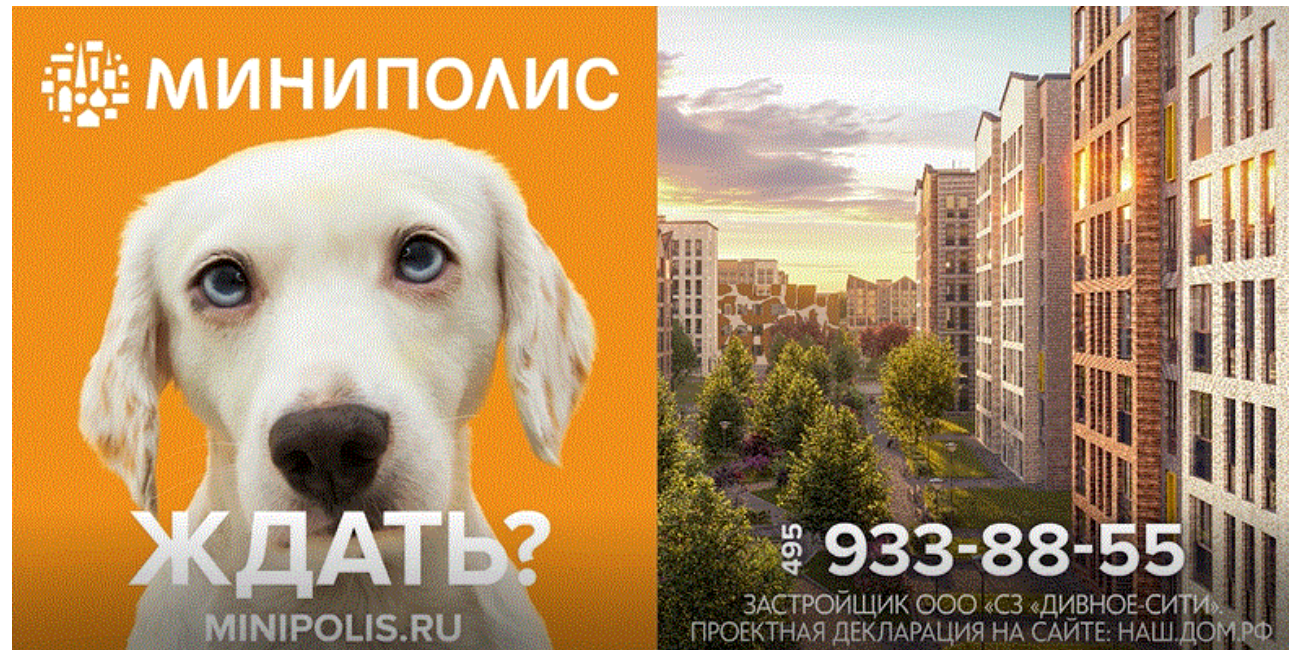
Погрузить в атмосферу бренда, донести ключевые преимущества бренда и простимулировать к покупке квартиры тех, кто в условиях экономической турбулентности выбирается стратегию «ждать, а не покупать»

### Рекламная кампания

В поддержку рекламной кампании на радио была запущена наружная реклама на цифровых носителях. Использовалась технология синхронизации – одновременного запуска аудиоролика и видеоролика на цифровом носителе.

Период РК: 15 марта-15 мая 2022 г.

Задействованные радиостанции:  
Детское радио, радио Монте Карло,  
КоммерсантFM





## Результат

Благодаря трансляции аудио и видео рекламы возрастает шанс того, что сообщение лучше запомнится, рекламная кампания позволяет выделиться из конкурентного окружения, способствует увеличению охвата целевой аудитории, улучшению качества взаимодействия с ней.

Охват целевой группы = **6,7 млн. чел.**

