

жк balance - рекламная кампания года

предисловие

в этой презентации почти нет статистики, минимум скриншотов рекламы и фраз, которые должны убедить вас в том, что рекламная кампания жк balance – лучшая на рынке недвижимости в 2019 г.

вообще, не хотим вас в чем-то убеждать. просто расскажем историю.

историю не во всём приятную для действующих лиц, с долей самоиронии.
но в тоже время - это история успеха.

жк balance - рекламная кампания года

структура

у каждой хорошей истории должна быть структура.

в литературе, действует непреложное правило, привычная нам последовательность повествования:

- вступление
- завязка
- развитие действия
- кульминация
- развязка
- заключение.

всё просто, и именно литературной логики мы будем придерживаться.

но не только.

что заставляет нас увлеченно смотреть фильмы полтора, два, а то и три часа? в чем секрет успеха лучших фильмов? сценаристы давно нашли ответ - конфликт.

конфликт бывает разный. с антагонистом, со средой, с собой. в нашем случае их было сразу несколько. тем интереснее. поехали.

жк balance - рекламная кампания года

вступление

несколько лет назад мы начали работу над новым проектом на рязанке. на месте бывшей промзоны мы задумали создать нечто новое, нечто лучшее. в одном месте объединить лучшие решения из существующих и учесть перспективное на годы вперед.

ничего необычного для девелопмента. но есть одно но.

мы разложили теорию поколений по косточкам, экстраполировали её на финансовую модель и поняли – с учетом долгосрочности проекта нам стоит уже сейчас ориентировать продукт на поколение Y. иначе говоря – миллениалы наше всё.

полгода мы уделили изучению миллениалов – их ценностям, их смыслам.
круто, что в проектной группе были и есть представители этого поколения. это был еще и самоанализ.







жк balance - рекламная кампания года

Завязка

разобравшись в миллениалах и нас самих – мы начали создавать balance.

3 минуты от метро; свой парк; зонированный двор, адаптивный для выгула собак; высокоскоростной wi-fi на всей территории; модные лобби с коворкингами, кикером, кофейней, диванами и постаматами; лифты копе; шейринговые пfc-ключи; гостевой паркинг и каршеринг 24/7 на минус первом; кладовые, колясочные; эффективные планировки с акцентом на кухню-гостиную; спальни по 9-12 м2; только с отделкой; только евроформат; только 1,2,3-спальные варианты; карманные сервисы – телефон пульт управления жк; управляемый стрит-ритейл; свой сад, школа, фок, скейт-парк; фасады из кирпича, стекла и алюминия – они не устаревают; огромные окна; есть варианты с угловым остеклением; центральное кондиционирование; французские балконы; и еще деталей на отдельную презентацию.

получилось достаточно прогрессивно. и дорого.

мы решили – способ продажи тоже должен быть прогрессивным и кост-эффективным, чтобы обеспечить высокую маржинальность проекта.

так мы пришли к идее онлайн-продаж квартир.

без наружки, полиграфии, дорого/богато-офиса, продающего коллцентра и менеджеров по продажам.

только онлайн.



жк balance - рекламная кампания года

развитие действия

отказ от оффлайна по началу казался безумием.

мало кто решится купить квартиру онлайн! это серьезная покупка! мы потеряем большую часть клиентов! а кто за это будет отвечать? зачем вообще все это?? как мы без наружки будем наращивать знание? контекст без аутдора плохо работает. абсурд!

мы разделились на два лагеря – за и против тотального онлайн. совещания на эту тему были самым эмоциональным событием недели.

но постепенно, шаг за шагом, мы отбрасывали предрассудки, проясняли нюансы, аргументировали позицию и лагерь фанатов онлайн набирал всё больше приверженцев.

спустя 2 месяца мы решили – онлайн-продажам быть.

началась реализация.

жк balance - рекламная кампания года

развитие действия

написали большущее ТЗ, столкнулись с сотней новых вопросов и проблем.

как защититься от онлайн-покупок конкурентов? что насчет фишинга? ddos? как интегрироваться в закрытую эко-систему банков? в какой момент делать выпуск ЕЦП? а если отмена покупки? если юзер ошибется в заполнении полей дать возможность правки? личный кабинет? если звонки не нужны – какие кри у маркетинга? что делать с менеджерами отдела продаж? а если клиент все таки захочет позвонить – что ему сказать? а если приедет на объект? как продавать машиноместа и кладовки – режим одной корзины? что делать с шоурумами?

и самое главное - как вывести в продажу и продать сразу много, но не слишком?

подумали, всё порешали, сделали.


в контексте и соц сетях запустили тизерную кампанию «можешь ли ты жить в балансе?»

никакой конкретики





на лендинге регистрация на email-рассылку, в которой будут детали

первые реакции

 **peteraminev** Ребят, ну у вас будут такие холодные лиды, что отдел продаж свихнется) 



6д. [Нравится: 5](#) [Ответить](#)

 **demmarcus** Пипец, увольняйте рекламный отдел (если он был вообще) 



4ч. [Ответить](#)

 **_shato_margo_** А как выглядит?) 15 минут потратила чтобы увидеть проект дома. Но тщетно(((увы реклама креативная, но неэффективная! 



3д. [Нравится: 2](#) [Ответить](#)

 **volk_karina999** Не очень хорошая реклама, ничего конкретного нет 



6ч. [Ответить](#)

 **moziarty** Ни фото, ни описания, вы ебанутые? 



3д. [Нравится: 3](#) [Ответить](#)

 **hedgehog7181** Сммишки от бога конечно 



16ч. [1 отметка «Нравится»](#) [Ответить](#)

 **hlebson** Мля) баланс) а чито это) ? 

9ч. [Ответить](#)

 **shamblerbox** Лучше бы рендеров добавили, вместо тупых призывов 


5д. [Нравится: 7](#) [Ответить](#)


 **mr.korolyov** Присоединяюсь) 


3д. [Ответить](#)


всё по плану. крi тизера перевыполнили, начали через email-рассылки раскрывать детали продукта – показывать рендеры, планировки и пр.


стало так

 **hantymansy** Какой прекрасный лендос 👍
1д. Нравится: 4 Ответить

 **thediamondhipsterbitch** Оч хороший сайт, молодцы
5ч. 1 отметка «Нравится» Ответить

 **geonim** Сколько стоит метр?
3ч. Ответить

 **egor_nester** Лендинг - топ, таргетинг - топ. Оч. круто поработали. ВК у Вас есть ?
2ч. Нравится: 2 Ответить

 **ilya.kartsev** Ребята, с точки зрения маркетинга - вы молодцы! Респект :)
12ч. Нравится: 2 Ответить

Маркетологи - молодцы, уже создали ажиотаж. Моя подруга шьет соболиные шубы. Она говорит: "Клиентка едет, она ее (шубу) уже хочет. И пофиг ей 1 млн эта шуба стоит или 1.3 млн." Чувствую, здесь то же самое будет. С такой подачей, да еще и с обратным счетчиком, как до черной пятницы, люди будут брать по любой цене.

Добрый день! Когда именно старт продаж и какая стоимость будет? Не понятно стоит ли и чего ждать?
С уважением
--
Отправлено из Mail.Ru для Android
воскресенье, 30 сентября 2018г., 05:59 +03:00 от balance welcome@tvoy-balance.ru

ребят, добрый день.
качество вашего контента заставило меня написать пост о вашем проекте [ВК](#) и [Facebook](#).
не знаю, видели ли его ваши smm-менеджеры, но мне очень хотелось бы, чтобы вы похвалили своих копирайтеров.
снимаю шляпу.

Очень все нравится) хотелось бы видеть дубы, клен, хвойные)
Отправлено с iPhone
18 сент. 2018 г., в 16:55, balance <welcome@tvoy-balance.ru> напи

Прям вот с удовольствием читала лендинг. 8:31
Лендинг и «с удовольствием» второй раз в жизни ставлю в одно предложение 8:32

и как купить квартиру онлайн ?
пн, 17 сент. 2018 г. в 13:14, balance <welcome@tvoy-balance.ru>:

вот [ссылка](#) на её пост

жк balance - рекламная кампания года

Кульминация

всё складывалось лучше, чем мы планировали!

тизерная провокация вывела аудиторию на реакцию, а дальнейшая коммуникация перевела возмущение и негатив в нужное для нас русло.

мы получили с десятков восторженных писем о нашем маркетинге и текстах из рассылок и лендингов. количество регистраций на открытие продаж превысило все прогнозы.

на главной странице будущего онлайн-магазина мы повесили таймер обратного отсчета и уже готовились открывать шампанское. оставалось несколько дней до прорыва.

но прорыва не случилось..

жк balance - рекламная кампания года

Кульминация

онлайн-бронирования и продажи произошли, но их количество не соответствовало ожиданиям.

мы не могли однозначно определить причины произошедшего. слишком много нового внедрили. продукт не интересен? цены? может онлайн-продажи помешали? у миллениалов нет денег? коммуникация не та? не стоило убирать заглавные буквы? что произошло?

это был критический момент для идеологии balance.

как нырнуть в воду ночью глубоко – открываешь глаза и не видишь в какую сторону плыть – где воздух?

как быть?

жк balance - рекламная кампания года

развязка

мы решили не давать заднюю, не отказываться от собственных убеждений. от концепции, от идеи.

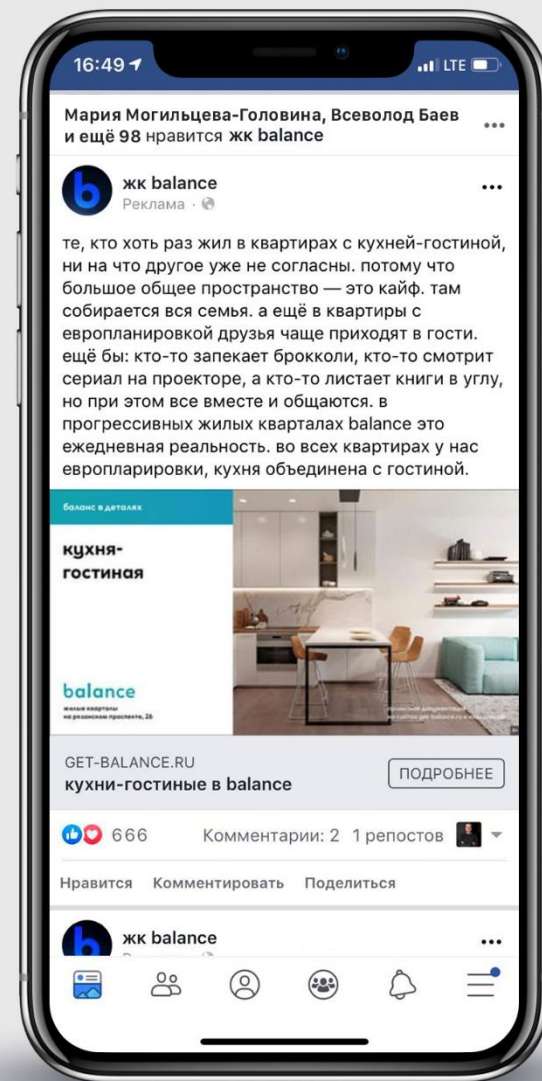
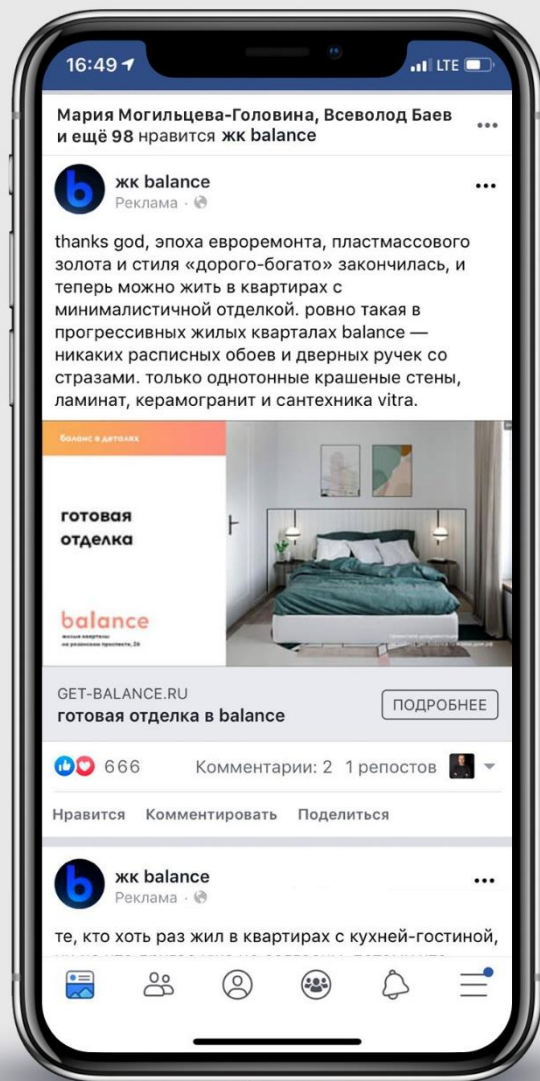
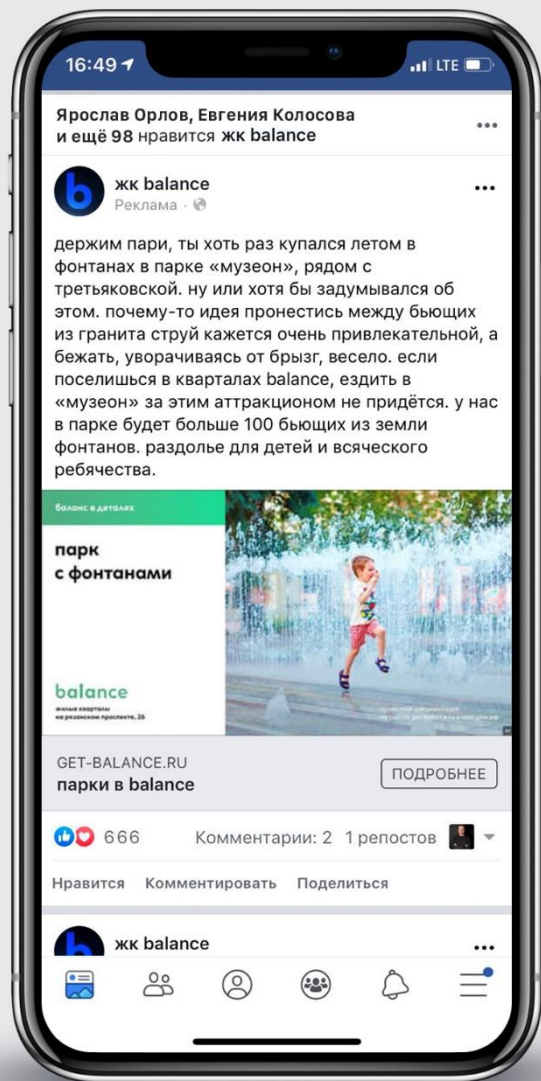
мы продолжили работу. balance 2.0

переработали рекламную кампанию – появился «баланс в деталях» и регулярные email-рассылки. упростили сайт – объединили промо-сайт с магазином, поправили и объяснили принцип онлайн-покупки, добавили информацию об отделке, визуализацию и пр.

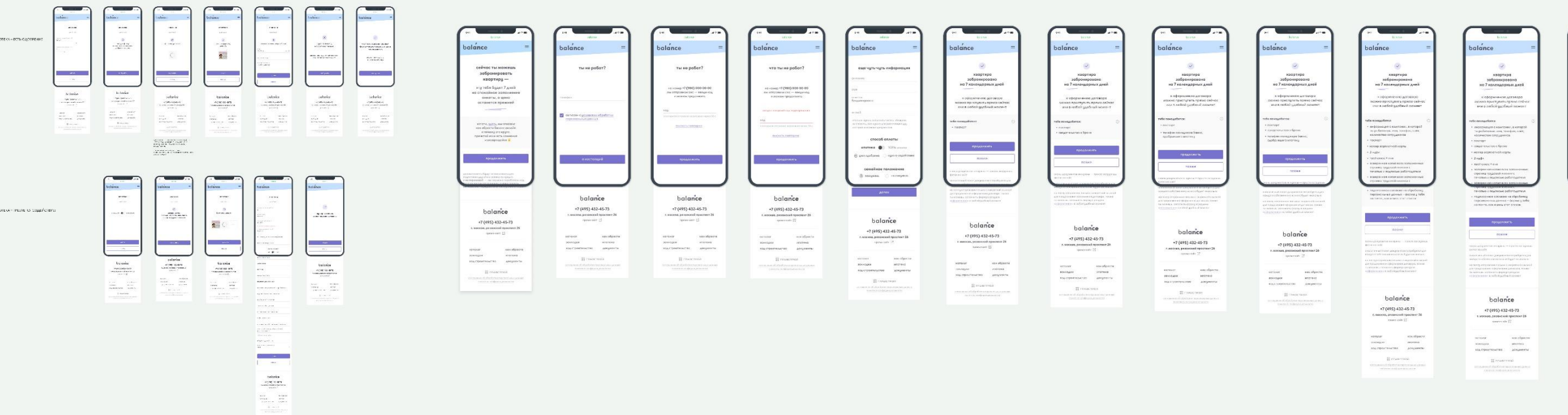
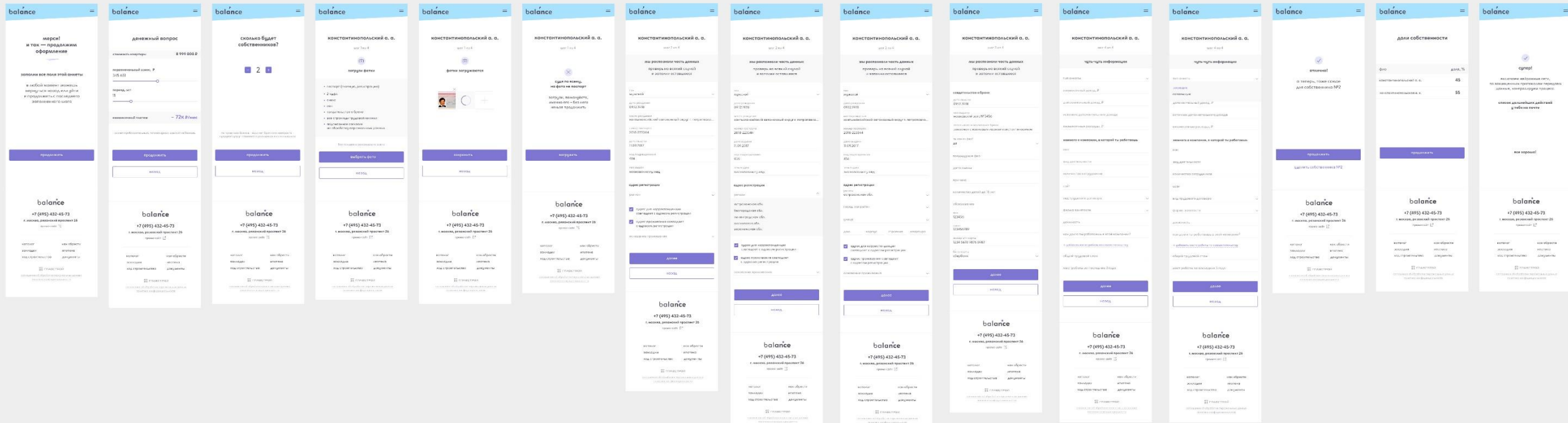
на объекте разместили drop-офис из контейнерных блоков, на случай продажи «на месте». *мастерам баланса* (бывшие менеджеры по продажам) мы раздали планшеты, на которых оформляется покупка. как в циз юлмарта.

и еще сотня доработок.





+ уйма других текстов и a/b/c вариаций



жк balance - рекламная кампания года

развязка

и вот, в декабре – мы продаем **54** квартиры.

знаете вот это ощущение, когда вроде начало получаться, но ты еще не понимаешь – это успех или случайность? перед новым годом может скупить решили. у коллег на рынке похожая ситуация с динамикой продаж. рано радоваться.

но в январе мы продаем еще 29 шт. в феврале - 36. март – 87, апрель - 60.
и мы понимаем – заработало!

жк balance - рекламная кампания года

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

мы обрели баланс.

на текущий момент 29% квартир продаются полностью онлайн.
56% покупателей мы видели один раз – в банке или в офисе на объекте.
количество чисто онлайн-продаж постоянно растет.

используем только контекст - поиск, сети, видео, навигатор, дзен, dooh, музыка.
чуть-чуть классифайда и соц сети – fb, insta, vk, ok, twitter.

доля маркетинга меньше 2%, конверсия из звонков в сделки – до 27%.

мы не останавливаемся на достигнутом.
цель нашего маркетинга – полностью автоматизированные продажи. в том числе - без маркетологов..

но это уже другая история..



<https://get-balance.ru/>