

A man with curly hair, wearing a dark suit and a light-colored shirt, is looking thoughtfully at a woman whose back is to the camera. The scene is dimly lit with warm, golden light, creating a bokeh effect in the background. The man's hand is resting on his chin, and the woman's shoulder and hair are visible in the foreground on the right.

MANTERA

Seaview residence

ΜΑΝΤΕΡΑ. ΔΕΒΥΣΚΑ ΝΑ ΦΟΤΟ



MANTERA Seaview residence способствует инфраструктурному развитию курортной столицы России, поэтому команда проекта поставила цель – сделать проект deluxe-класса top of mind не только для целевой аудитории, но и для каждого жителя Сочи и Краснодара.

Профессиональное сообщество риэлторов Сочи, как и комьюнити жителей города, дисперсно, не сосредоточено массово в онлайн-публичках, здесь по-прежнему работает сарафанное радио. Чтобы запустить эффект людской молвы и повысить узнаваемость бренда, спланирована рекламная кампания

на стыке digital и offline. Данная кампания стала одним из шагов на пути привлечения внимания к элитному комплексу как к достопримечательности всего курорта.

Главным инструментом выбрана видеореклама. Концепция видеоролика разработана в стиле трейлера к кинофильму MANTERA. ДЕВУШКА НА ФОТО. В сюжет видеоролика органично вплетена креативная концепция предшествующей рекламной кампании «Созерцать. Влюбляться. Побеждать».

MANTERA

Seaview residence

СОЗЕРЦАТЬ
ВЛЮБЛЯТЬСЯ
ПОБЕЖДАТЬ

ЖАНР

Romantic drama, adventure.

ГЛАВНЫЕ ГЕРОИ

Парень и девушка, они свободны душой и сердцем и незнакомы друг с другом. Героев объединяет страсть к морскому простору, заснеженным горным вершинам, она же в один момент сплетает их судьбы.

СЮЖЕТ

Наш герой приезжает на солнечное побережье в поисках приключений. Романтик по натуре, он зачарован необыкновенной атмосферой места. Безмятежное море, горные пики – герой наслаждается каждым мгновением. Но случайная встреча с девушкой и тут же разлука меняют его жизнь.

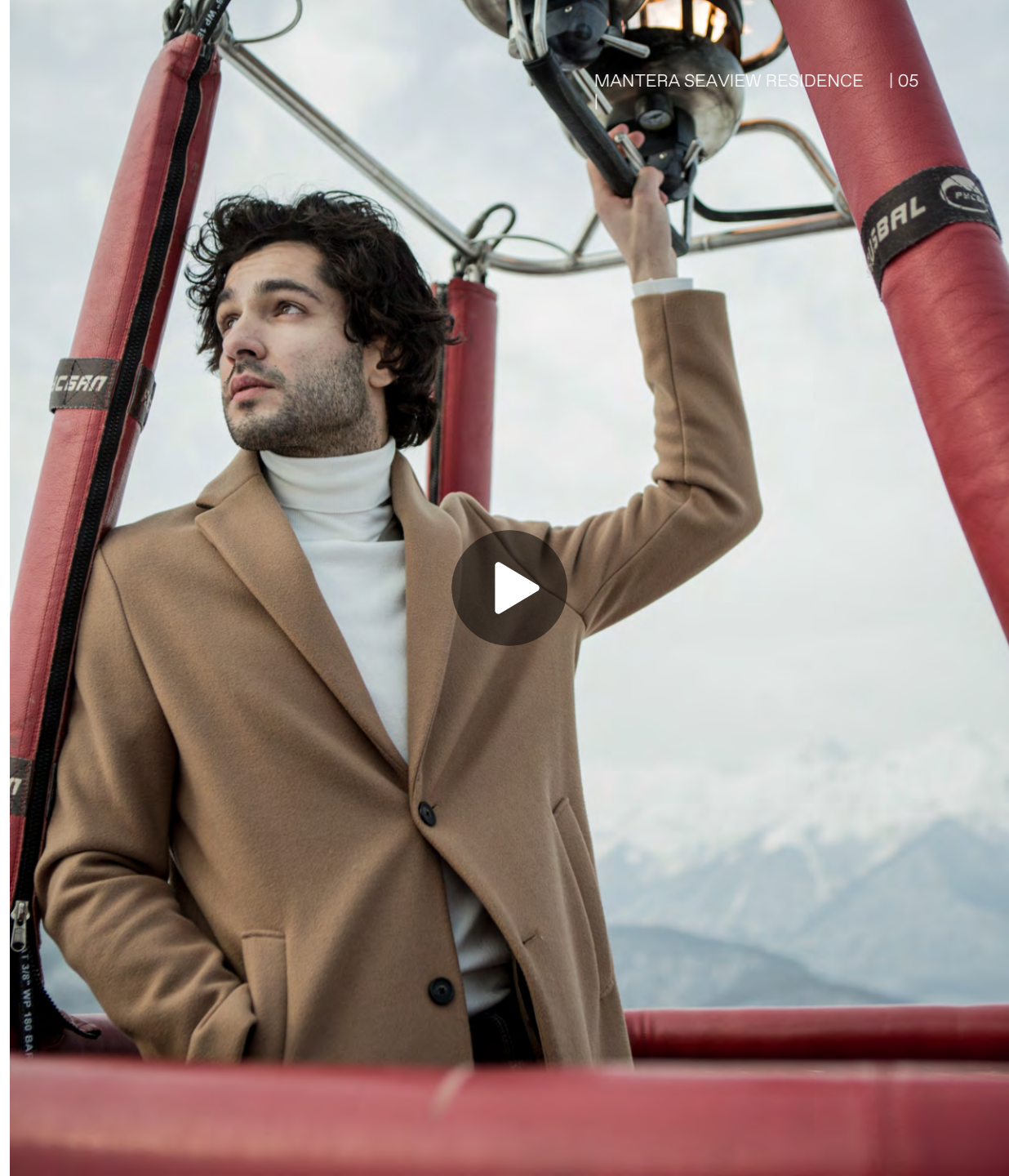
Он отчаянно ищет незнакомку повсюду. Вереницей декораций мелькают перед ним вершины гор, укрывшаяся в долине деревушка, улицы большого города. Всё, что у него есть, безликая фотография девушки и надпись на её запястье, эхом отозвавшаяся в душе героя: СОЗЕРЦАЙ.

Поиски приводят нашего героя в MANTERA Seaview residence, необыкновенное пространство у самого берега моря. И здесь он находит её. Но судьба преподносит сюрприз, ставя молодого человека перед выбором. Сможет ли герой обрести свое счастье?



1 ЭТАП

Первым этапом рекламной кампании по продвижению ролика стала публикация тизеров для создания интриги.



ПУБЛИКАЦИИ ТИЗЕРОВ В КАНАЛАХ ЗАСТРОЙЩИКА И ПРОЕКТА:

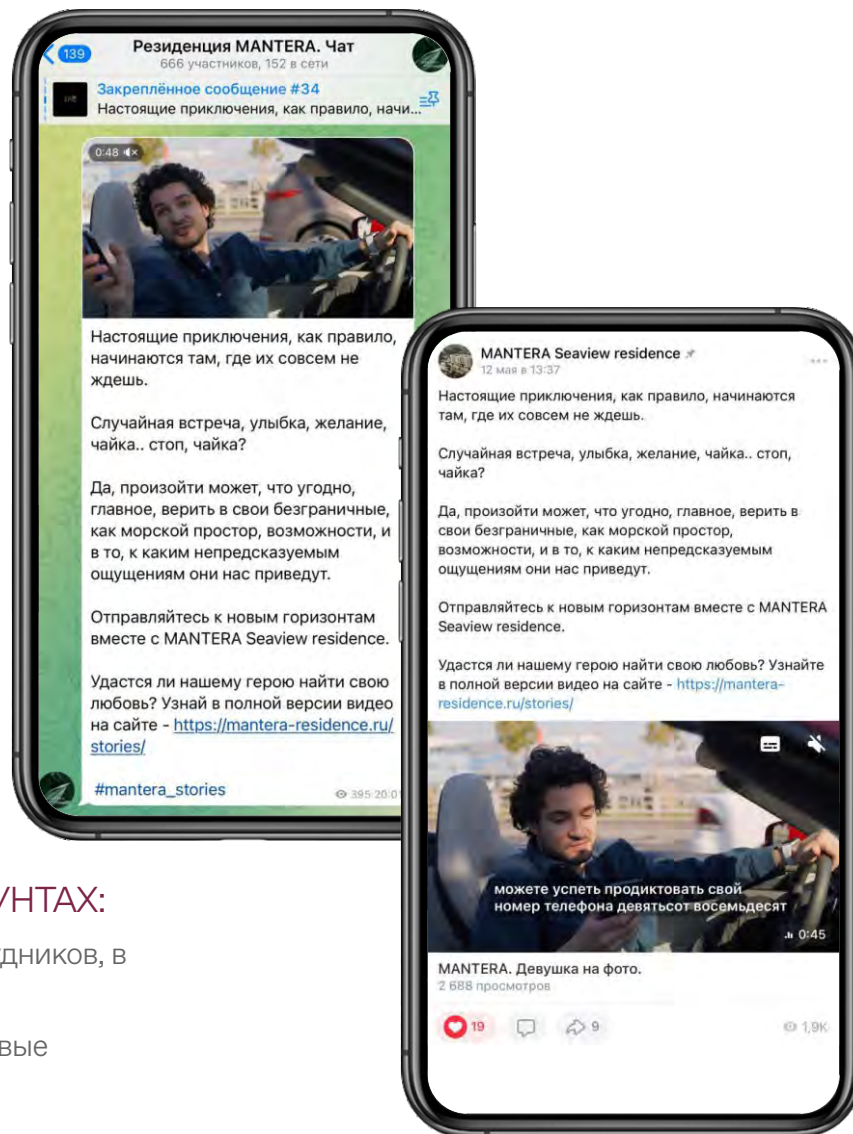
- телеграм-канал проекта;
- телеграм-канал застройщика;
- телеграм-канал и чат с брокерами;
- аккаунт проекта ВКонтакте;
- аккаунт проекта в Яндекс. Дзен.

ПУБЛИКАЦИИ ТИЗЕРА В РЕКЛАМНЫХ КАНАЛАХ:

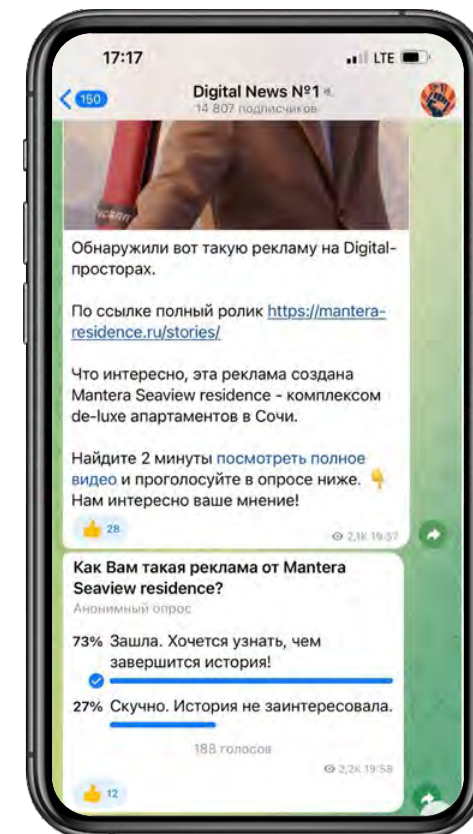
- Яндекс. Директ;
- Яндекс. Дзен;
- ВКонтакте лента, клипы, сторис;
- MyTarget;
- Programmatic Pre-roll, Out-stream.

ПУБЛИКАЦИИ В ЛИЧНЫХ АККАУНТАХ:

- публикации в личных аккаунтах сотрудников, в аккаунтах друзей сотрудников;
- также подхватили публикации и деловые партнеры.



ПУБЛИКАЦИИ В ПАРТНЕРСКИХ АККАУНТАХ



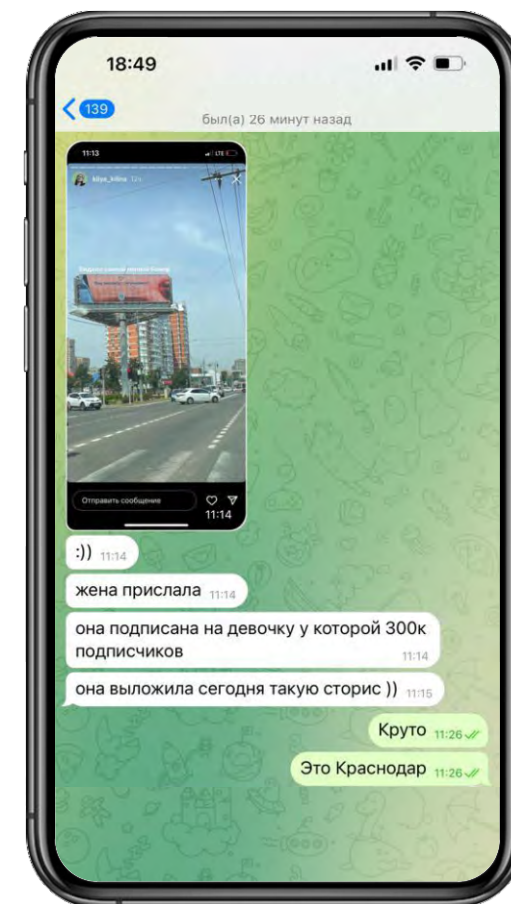
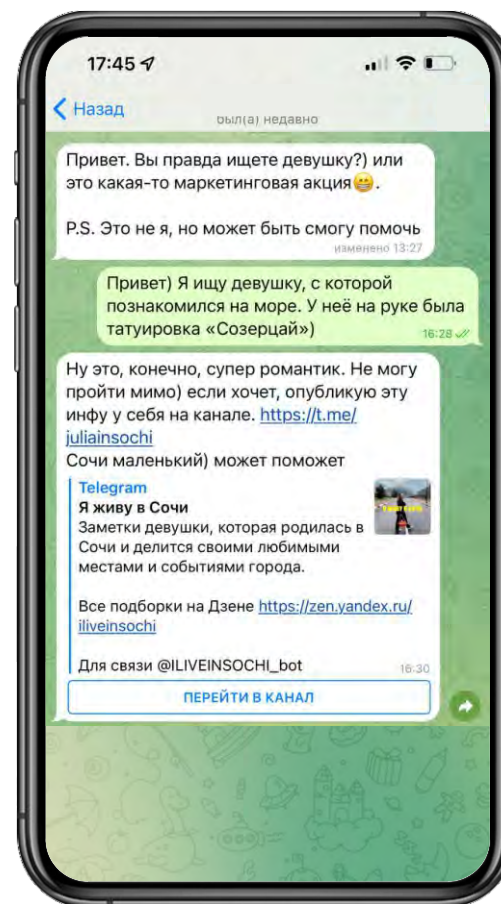
Дополнительно для ВК был подключен чат-бот, который перед ссылкой на полное видео предлагал ответить на несколько вопросов. Так пользователи вовлекались в игровую механику проекта.

2 ЭТАП

Чтобы привлечь внимание жителей Юга России, была размещена серия билбордов в городах Сочи и Краснодар с объявлением «Ищу девушку».



Параллельно создан аккаунт «Ищу девушку» в телеграм-канале. Куда переходили по qr-коду на билбордах наружной рекламы. В нем пользователи спрашивали «Кто ты?». «Ты реально ищешь девушку?». Были даже получены предложения о помощи по распространению публикации от блогеров Краснодара и Сочи.



3 ЭТАП

В городских новостных пабликах Вконтакте, Телеграм Сочи и Краснодара были размещены посты от неравнодушных жителей с фотографией объявления со щита наружной рекламы и призывом помочь парню найти девушку, распространив объявление.



4 ЭТАП

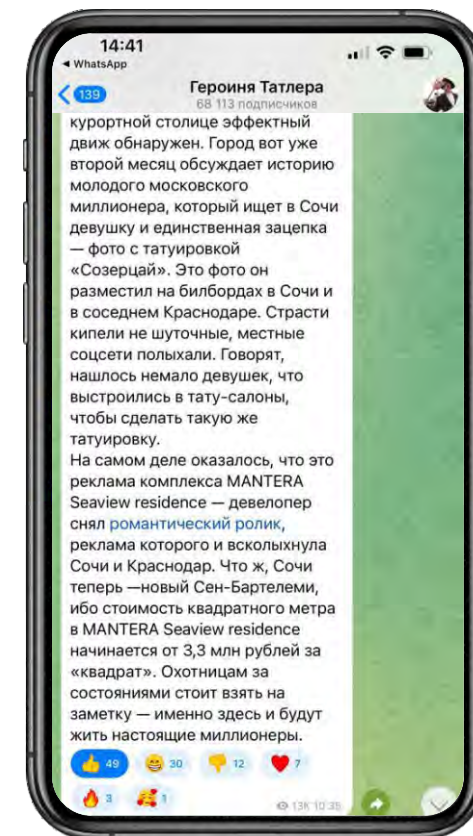
Для усиления эффекта в городских новостных пабликах Вконтакте, Телеграм Москвы и Краснодарского края размещены новости «В тату-салонах Сочи выстроились очереди девушек, желающих сделать татуировку «СОЗЕРЦАЙ». Предварительно инсценирована очередь из девушек в тату-салон.

5 ЭТАП

Размещение поста в городских пабликах Сочи, Краснодара и крупных глянцевых и lifestyle телеграм-каналах с посылom «Помните историю с билбордами «ищу девушку?». Так вот, это целая вирусная кампания у девелопера, получилось нетривиально».

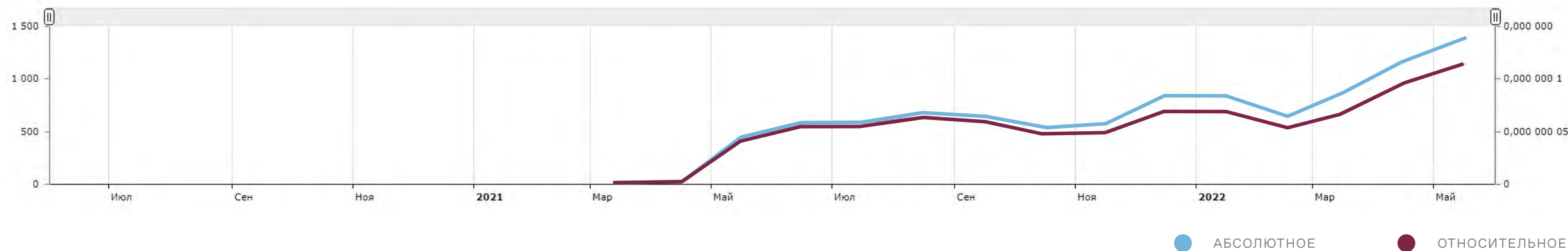
Формат ролика: 60 сек.

Публикация ведет на сайт проекта с полной версией ролика 4:37 сек.



ИТОГИ

БРЕНДОВЫЙ ЗАПРОС ВЫРОС В 2 РАЗА



Креативная идея, поэтапный подход, использование различных каналов и инструментов позволили заинтересовать и вовлечь в обсуждение реализуемой кампании максимально широкую аудиторию. В результате бренд вышел за пределы социальных медиа, обеспечив повсеместную узнаваемость проекта.

<p>1,184 МЛН. ₹</p> <p>БЮДЖЕТ РЕКЛАМЫ</p>	<p>7 967 907</p> <p>ОХВАТ*</p> <p><small>*online + offline</small></p>	<p>843 709</p> <p>ПРОСМОТРЫ*</p> <p><small>*online</small></p>
<p>5 МЛН. ₹</p> <p>БЮДЖЕТ ПРОДАКШН</p>	<p>11 238</p> <p>ПЕРЕХОДЫ НА САЙТ</p>	

