



## Технорум Bonava

Наглядная визуализация наших технологических решений

## Проблема:

компания Bonava – нишевый игрок. Из-за небольших объемов строительства и высокой конкуренции на рынке легко затеряться на фоне конкурентов.

## Задача:

повысить информированность о технических свойствах продукта Bonava, подчеркнув уникальность торгового предложения.

## Контекст:

коллеги отмечают, что при показах квартир особое внимание потенциальные покупатели обращают на технические решения.

## Идея:

визуализировать технологические решения Bonava и создать виртуальную модель, демонстрирующую техническое наполнение квартиры.

# Технорум Bonava

Проект построен по аналогии с онлайн шоу-румом, но акцент смещен с дизайна и планировочных решений на технологическое наполнение и инженерные системы: устройство отопления, вентиляции, водо- и электроснабжения.

Модель отрисована на базе типовой однокомнатной квартиры.

Виртуальное путешествие по инженерным системам квартиры позволяет увидеть из чего состоят стены и пол, как проложена электрика и трубы, а также представлено еще много другой любопытной технической информации.



# Реализация проекта



- Виртуальная модель Технорум Bonava имеет высокую степень детализации и является инновацией на рынке.
- Проект реализуется в рамках стратегии Bonava по цифровой трансформации, согласно которой создается единая цифровая среда, где путь клиента, подкрепленный интуитивным вэб-сайтом и сервисом Клиентский выбор, связан с системами виртуального проектирования и строительства, что обеспечивает высочайшее качество производственных процессов, продукта и оказываемых услуг.
- Визуализация создана силами отдела проектирования и отдела маркетинга компании, подразумевается его дальнейшее развитие и поддержание в актуальном виде.
- Реализованный проект постепенно станет значимым элементом во всех рекламных кампаниях и хорошим инфоповодом, способствуя повышению узнаваемости бренда.
- «Ранее часть наших технологических решений была представлена в шоу-румах на проектах, но данная реализация не покрывала всех запросов, поэтому было принято решение перейти в онлайн, где с помощью новых технологий можно показать все необходимые срезы», – прокомментировала проект дизайнер компании Мария Зайцева.

**Ознакомиться с моделью Технорум Bonava  
можно в нашей видеопрезентации  
или на странице проекта Gotland Lifestyle**

**(необходимо прокрутить до нижней части страницы)**

# Первые результаты по достижению цели

Технорум был запущен сравнительно недавно, продолжает развиваться, а его использование в связке с другими маркетинговыми инструментами мы только планируем. Тем не менее мы готовы поделиться первыми результатами, по которым оцениваем потенциальную востребованность новинки. Статистика представлена за два с половиной месяца с апреля по середину июня:

- Без непосредственного продвижения Технорум посмотрело около 2 тыс. уникальных пользователей. Это ~15% от посетителей страницы перспективного проекта Gotland Lifestyle.
  - Далеко не все посетители «докручивают» страницу до Технорума, и на перспективу мы выбираем между использованием «якорной» ссылки и размещением Технорума на отдельной странице.
- Средняя длительность просмотра страницы с Технорумом выросла практически в два раза по сравнению со всеми аналогичными страницами на сайте Bonava: 3 минуты 24 секунды для страницы проекта Gotland Lifestyle против 1 минуты 20 секунд в среднем по четырем прочим проектам.

Прочая статистика в настоящий момент недостаточно репрезентативна, чтобы говорить об эффективности или неэффективности проекта, поскольку еще не проводилось полноценной маркетинговой кампании.

Спасибо за внимание!

