



риалвеб

Номинация

Баннерная реклама

Серия баннеров
«Magnifica. Чувствуй»

WOW
AWARDS



A young child with short blonde hair, wearing a light blue polo shirt and dark shorts, is walking away from the camera on a paved path. The path is scattered with fallen brown leaves. The path curves to the right and is bordered by a dense forest of tall trees with green foliage. The lighting is soft, suggesting an overcast day or late afternoon.

ЖК Magnifika Lifestyle и Magnifika Residence в Красногвардейском районе стали для его жителей местом гармонии и баланса. Дома расположены прямо на берегу реки Охты — одновременно и близко к центру, и вдали от суеты. Проснувшись, можно прогуляться по набережной, встретить рассвет и, зарядившись энергией, отправиться в новый день.

Мы постарались передать эти ощущения...

ИМИДЖЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ



ЦЕЛЬ

Привлечь новую аудиторию для ЖК Magnifika Lifestyle и Magnifika Residence.



РЕШЕНИЕ

Использовать нестандартную подачу контента в стандартных каналах FB и Instagram. Отразить tone of voice Bonava и лучшие УТП ЖК Magnifika Lifestyle и Magnifika Residence.

КОНЦЕПЦИЯ



СУТЬ

Покупая квартиру в Magnifika, вы покупаете не просто крышу над головой, не просто удобное расположение, не просто вид на набережную – вы покупаете чувства. Чувства, которые наполняют вас при виде панорамы города. Чувства, которые вскружат вам голову в новом бесшумном лифте. Чувства, которые наполнят вас счастьем во время вечерней прогулки с семьей по набережной.



ЗАДАЧА

Мы хотели раскрыть проект и дать клиентам почувствовать настроение Magnifika! Через тактильные ощущения, обоняние, осязание и визуальное восприятие.

ЗАПУСКИ

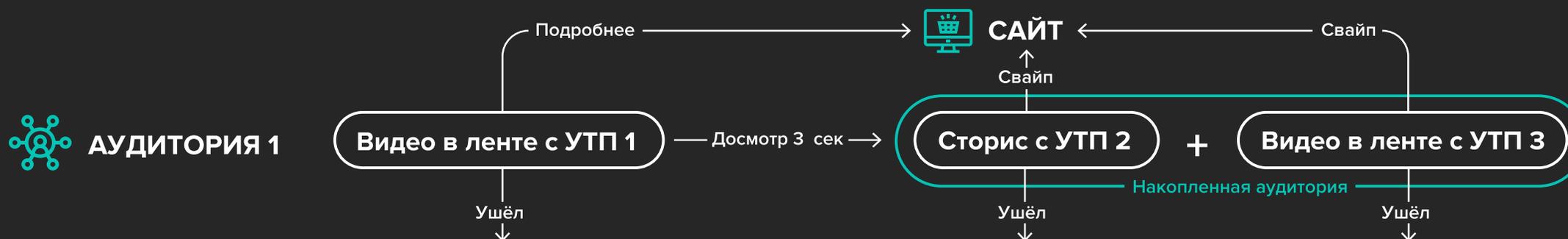


Кампания включала в себя
3 рекламных флайта:

**с сентября
по ноябрь 2019**

Были выбраны 3 аудитории по интересам: семья, бизнес, недвижимость. Для каждого сегмента использовали потенциально интересные УТП, отраженные в видео. После каждого флайта происходила оптимизация каналов и бюджетов, аудитория дополнялась LAL.

Для размещения использовались стоковые видео, что удешевляло производство роликов и позволяло отразить находящийся в процессе строительства корпус Magnifika Residence.



ЗАПАХИ

- Утренний кофе на террасе
- Чистый воздух благодаря системе вентиляции с рекуперацией тепла
- Праздничная выпечка в просторной кухне-гостиной

Homes & Neighbourhoods

Чувствуй


BONAVA

ЗВУКИ

- Счастливое детство
- Жизнь у набережной
- Творчество и уединение



**Послушайте, как звучит
счастливое детство**



Включите звук

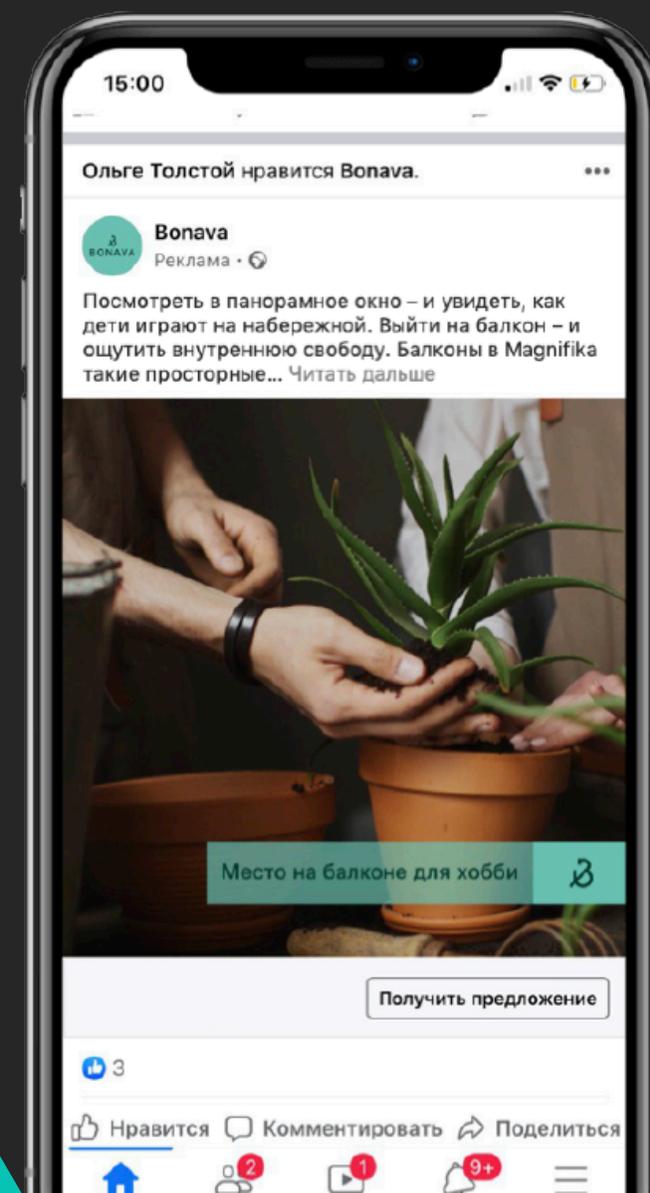
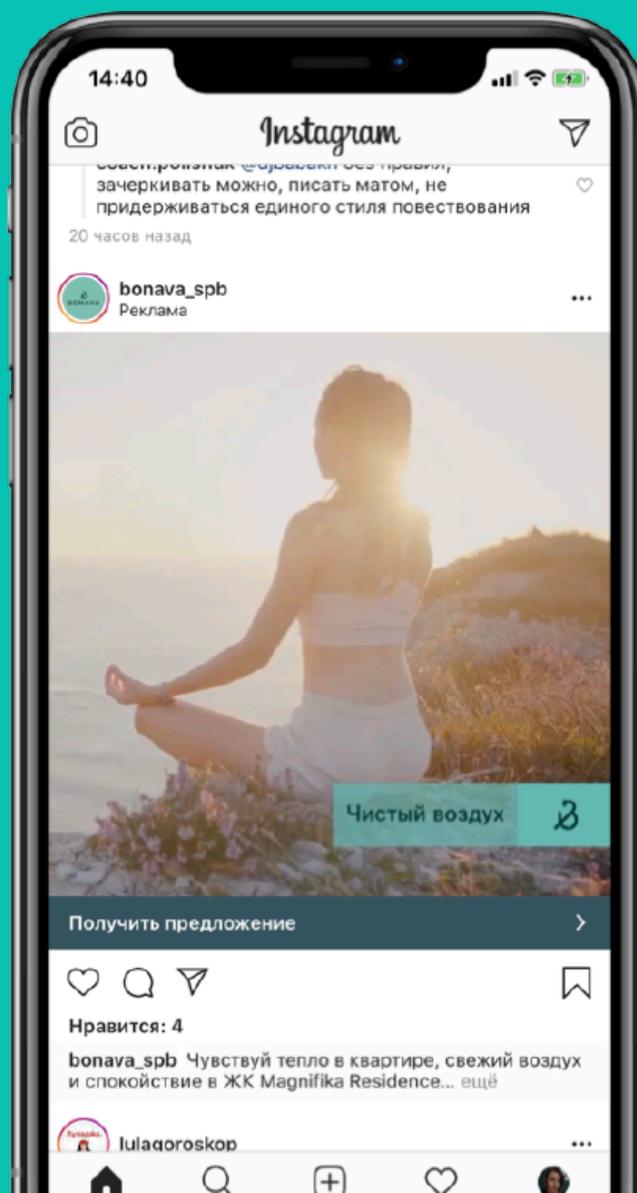
ПРИКОС— НОВЕНИЯ

- Хобби на балконе
- Проект озеленения
- Натуральные материалы в отделке

Homes & Neighbourhoods

Чувствуй

BONAVA



РЕЗУЛЬТАТ

3 сегмента аудитории
9 видео
3 флайта с оптимизацией каналов
и аудитории:

До 0,93% вырос CTR (с 0,09%)

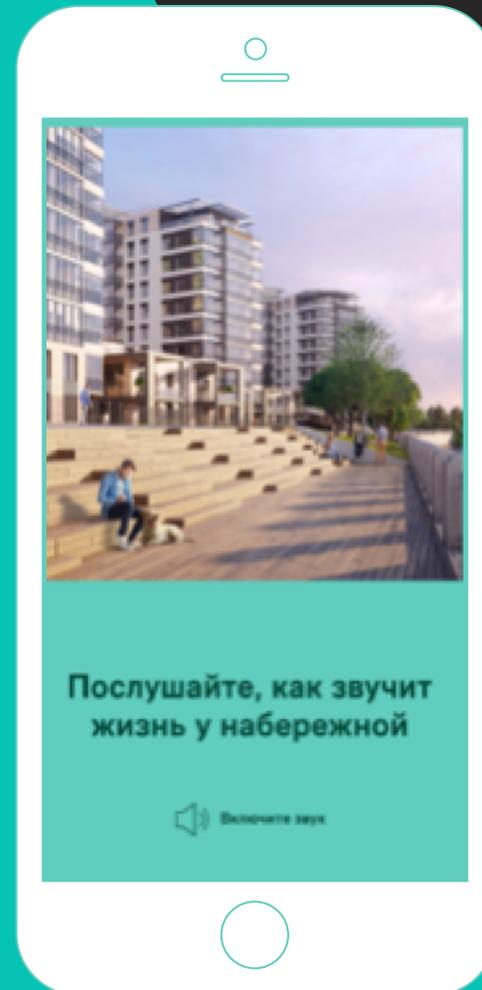
В 4 раза снизилась стоимость
клика по ссылке

В 2 раза снизилась цена.
за просмотр целевой страницы

ВЫВОД

Наиболее лояльная аудитория
была в Instagram; Look-a-Like
привел самую вовлеченную
и недорогую аудиторию.

РК с новой коммуникацией
повторялась в 2020 г.



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**