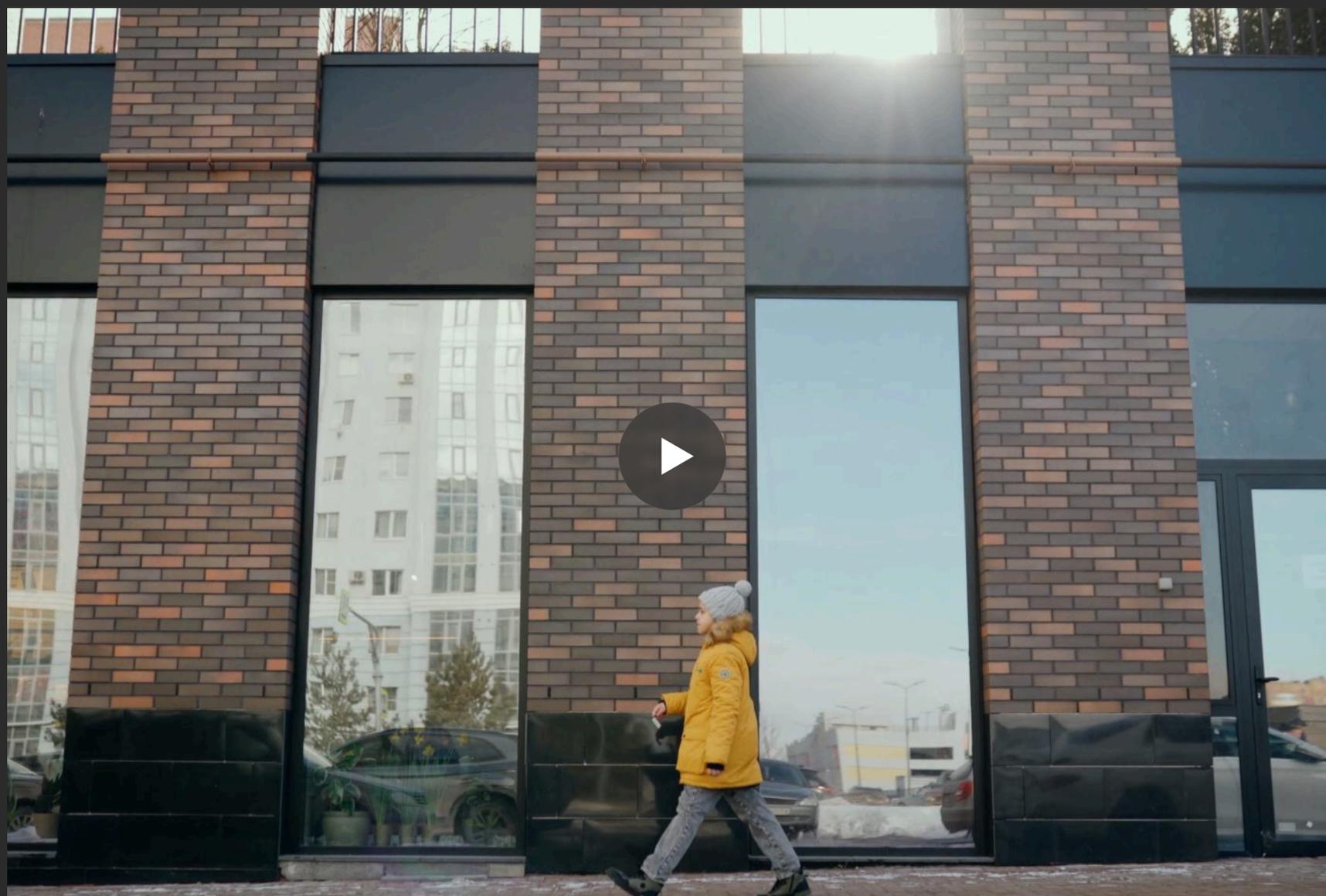


Рекламный ролик

МАРМАКС

Дома
вызывающие
уважение





Наш ролик «Дома вызывающие уважение» — это результат работы огромной, сплоченной команды творческих профессионалов, которые вложили свою душу в каждую деталь. Мы не просто снимали видео, мы создавали атмосферу, которая должна была передать не только эстетику, но и философию бренда «Мармакс».



МАРМАКС

С самого начала было ясно: это будет история о том, как маленькое изменение в привычном поведении может стать символом глубокого уважения и ценности к тому месту, которое мы называем домом.

МАРМАКС



Идея ролика простая, но в ней скрыта целая концепция. Мы решили показать момент, когда обычный ребенок, оказывается перед выбором, который кажется таким мелким, но на самом деле отражает ценности компании.

Жвачка, как символ повседневных мелочей, становится тем самым моментом, который может либо разрушить гармонию, либо, наоборот, подчеркнуть бережное отношение к своему окружению. И этот выбор — не случайность.

Он говорит о том, как важно сохранять красоту и чистоту в любом доме, а «Мармакс» создает такие дома, где этот принцип становится частью жизни.



МАРМАКС



Визуально мы тщательно прорабатывали каждый кадр, чтобы передать идеальный баланс между красотой и функциональностью. Зачастую в кадре даже детали, как стильные элементы интерьера и минималистичный дизайн, играли не меньшую роль, чем актеры. Мальчик с жвачкой — это центральный элемент, который не нарушает гармонию, а наоборот, становится ее частью. Мы вложили в кадры не только смыслы, но и атмосферу — чтобы зритель почувствовал, что это место, где хочется оставаться.

Процесс съемки был продуман до мелочей: каждое движение камеры, каждый взгляд актера, каждая тень — все это важно для создания правильной истории. Мы использовали профессиональную технику, свет, и работали с экспертами в области звука, чтобы каждый момент видео ощущался живым и настоящим. Это был не просто съемочный процесс, а творческая работа, которая отразила ценности компании и философию жизни в доме, который нельзя испортить мелочами.



Результат

Когда мы начали запускать ролик в социальных сетях, эффект превзошел все ожидания. Мы транслировали видео через все каналы: Instagram, Телеграм, ВКонтакте и YouTube, с акцентом на целевую аудиторию — людей, которые ценят комфорт, красоту и семейные ценности. Реакция была просто невероятной:

на **35%**

Увеличение узнаваемости бренда за первые две недели



Количество упоминаний бренда в социальных сетях и на сторонних площадках увеличилось

на **50%**

Вырос органический трафик на сайт, с увеличением времени, проведенного пользователями на страницах проекта



Вовлеченность аудитории была на рекордном уровне: видеоролик стал вирусным, его активно делились, и комментарии к постам наполнены положительными отзывами и обсуждениями

на **60%**

Увеличились охваты, что способствовало росту лояльности к бренду среди аудитории

Дома, вызывающие уважение

Этот ролик стал настоящим хитом в социальных сетях — и это не просто красивое видео, а инструмент, который реально повлиял на восприятие бренда «Мармакс». Мы показали, что ценность дома и уважение к нему — это не пустые слова, а философия, которая живет в каждом проекте, каждой детали.