

utimora

city



Старт продаж: 01.05.2025

Третий центр Москвы

Жилой комплекс бизнес-класса расположен в районе Южного порта — одном из самых динамично развивающихся столичных кластеров, рядом с набережной Москвы-реки.



Целевая аудитория

Ядро

1 Поколение Y, Москва, Подмосковье и другие регионы. Руководители среднего звена

Потребности: улучшить условия проживания, быстро добираться до работы.

2 Инвесторы

Также возможен сценарий инвестиционной покупки. Тогда особую роль играет востребованность жилья и его имидж.

3 Поколение Z, Москва, Подмосковье и другие регионы, чаще первая покупка

Digital-natives. Не представляют свою жизнь без компьютера и смартфона. Им свойственны амбициозность, борьба со стереотипами, большая идейность по сравнению с предыдущими поколениями. Креативны, любопытны, открыты новым идеям.



User experience

«Каким бы классным ни был сервис, если меня не устраивает юзабилити приложения — я им не пользуюсь. Вокруг слишком много вариантов, на которые можно переключиться. Так почему я должен мириться с дискомфортом в офлайн? Здесь действуют те же правила.»

Design

Гипотеза позиционирования

Мы применили правила UX к жилой среде, чтобы создать пространство, с которым максимально комфортно взаимодействовать.

Девелоперы отмечают высокие требования пользователей к абсолютно любому проекту любого класса жилья. Причина — перенос ожиданий от цифровых сервисов и услуг на остальные сферы жизни. На связи 24/7, кастомизация, грамотный UX/UI, многочисленные решения с подключением технологий. Все, что привычно в приложении, теперь важно и в оффлайн среде.

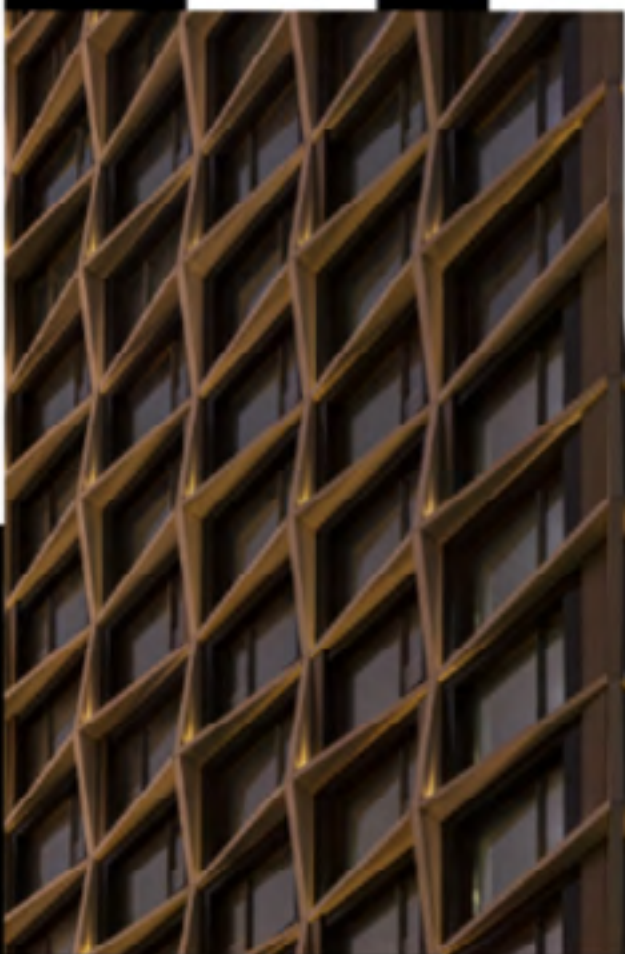
Суть бренда

Дополняет
реальность.

Обещание бренда

Даем дополнительные
возможности не только
офлайн, но и онлайн,
чтобы жизнь была
комфортнее и насыщеннее.

Нейминг



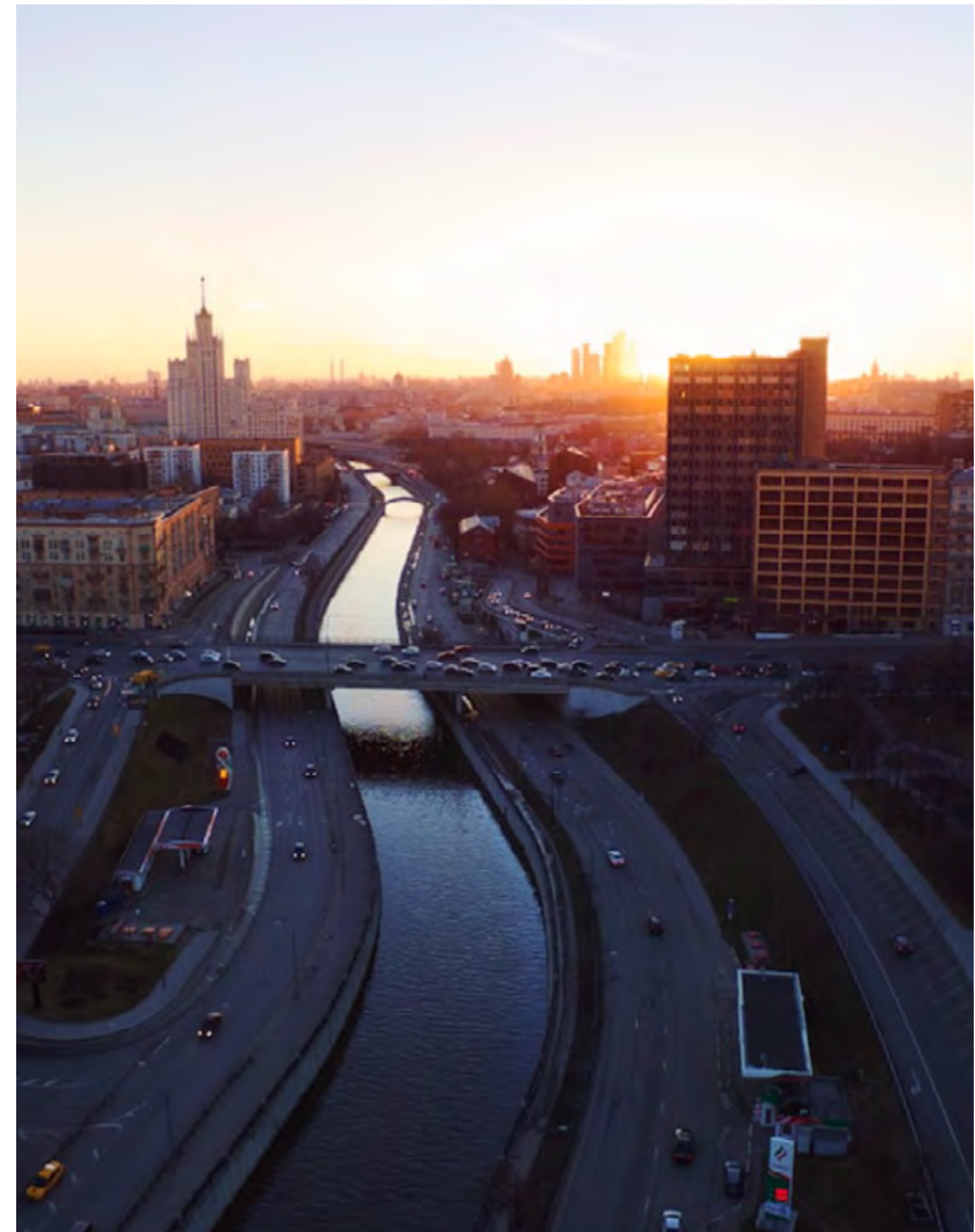
city

Ультимативность — в однозначном
фокусе на комфорт для взаимодействия
пользователя со всеми элементами среды.

Город +

Москва — город, полный событий и впечатлений. Мы создали проект с повышенной транспортной доступностью (вход в метро при выходе из теплой галереи ЖК, разные типы транспорта: наземный, подземный, водный, канатная дорога), чтобы вы могли взять от города больше. Больше интересных мест, парков, прогулок у воды и по воде доступны вам.

Что получают
клиенты.



Рациональные преимущества

Интересы +

Самодостаточная и продуманная внутренняя инфраструктура проекта плюс грамотная организация пространства, и вот у вас уже больше времени и возможностей заняться чем-то интересным. Спорт — прямо на эксплуатируемой кровле, хобби — в комьюнити-центре. Жизнь становится более активной и интересной.

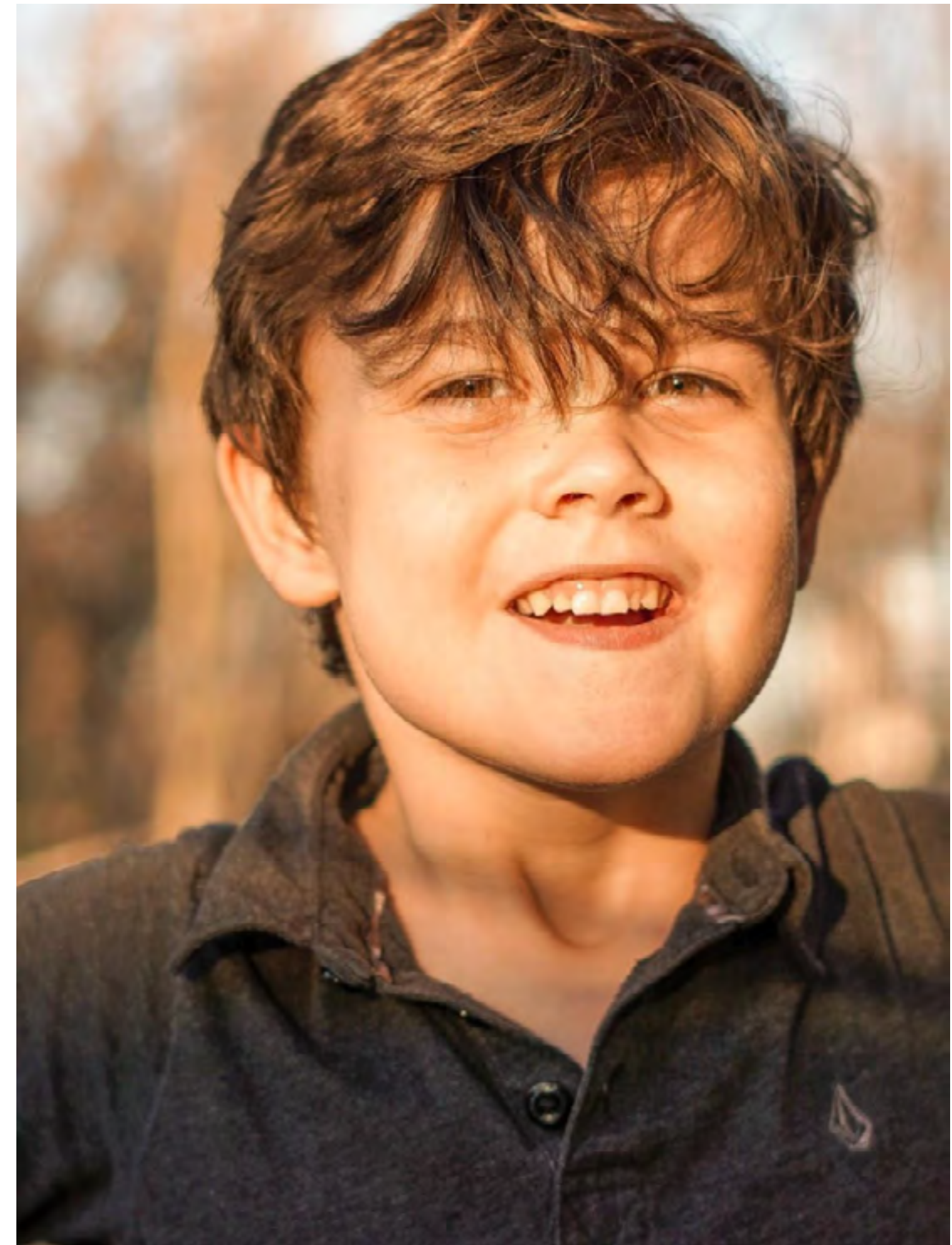
Что получают
клиенты.



Детство +

Мы не только построили школу, сад и детские площадки. Мы подумали о том, как дети будут проводить свободное время. К развитой детской инфраструктуре мы добавили мобильное приложение, с которым дети смогут найти товарищей, разбиваться на команды и организовывать совместные игры. Чтобы ребенок больше двигался, общался и развивался.

Что получают
клиенты.



Общение +

Когда у вас так много возможностей проводить время внутри ЖК, у вас появляется гораздо больше общих тем и интересов с соседями. Пусть в вашей жизни будет больше общения!

Что получают
клиенты.



Комфорт +

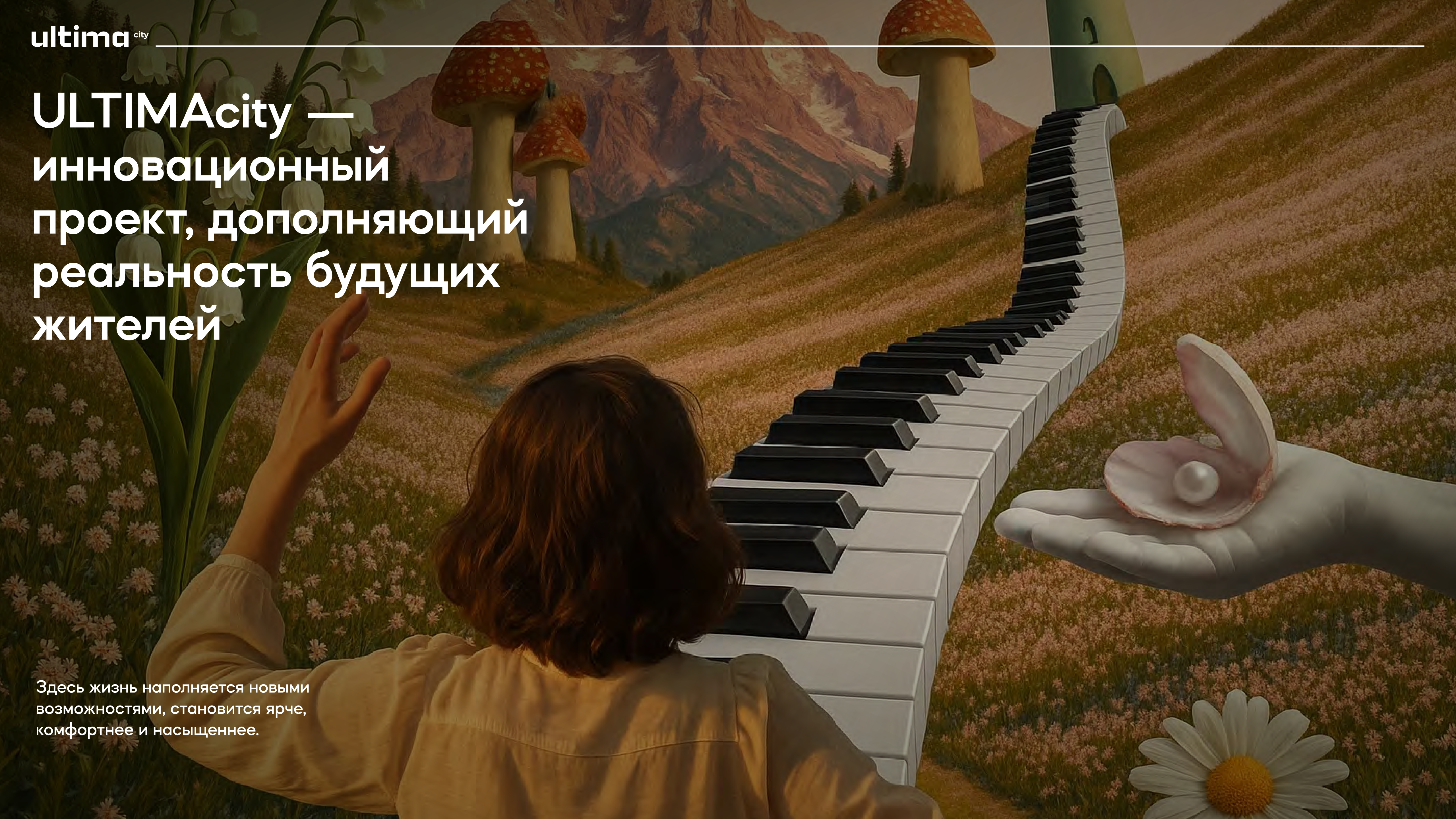
Мы понимаем комфорт шире, чем обычные ЖК. Здесь он начинается с выбора планировки онлайн и формирует образ жизни. Это свежая выпечка на завтрак, потому что до пекарни можно дойти за пять минут. Это удобство работать из дома, потому что есть коворкинг. Это возможность делегировать рутину room service и узнать ответ на любой вопрос у цифрового ассистента. Это функциональный, визуальный и даже тактильный и аудиальный комфорт от того, что вокруг — все современное и продуманное.

Что получают
клиенты.



ULTIMAcity — инновационный проект, дополняющий реальность будущих жителей

Здесь жизнь наполняется новыми
возможностями, становится ярче,
комфортнее и насыщеннее.



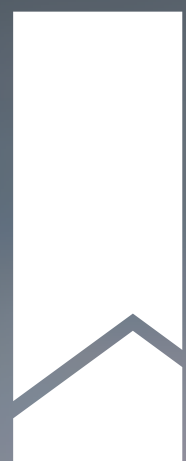
Первый в России
жилой комплекс
с персональным
ИИ-консьержем



В рекламной кампании
бренда рендеры проекта
дополняются новой,
непривычной глазу
реальностью, раскрывающей
позиционирование
будущего комплекса



ultima^{city}



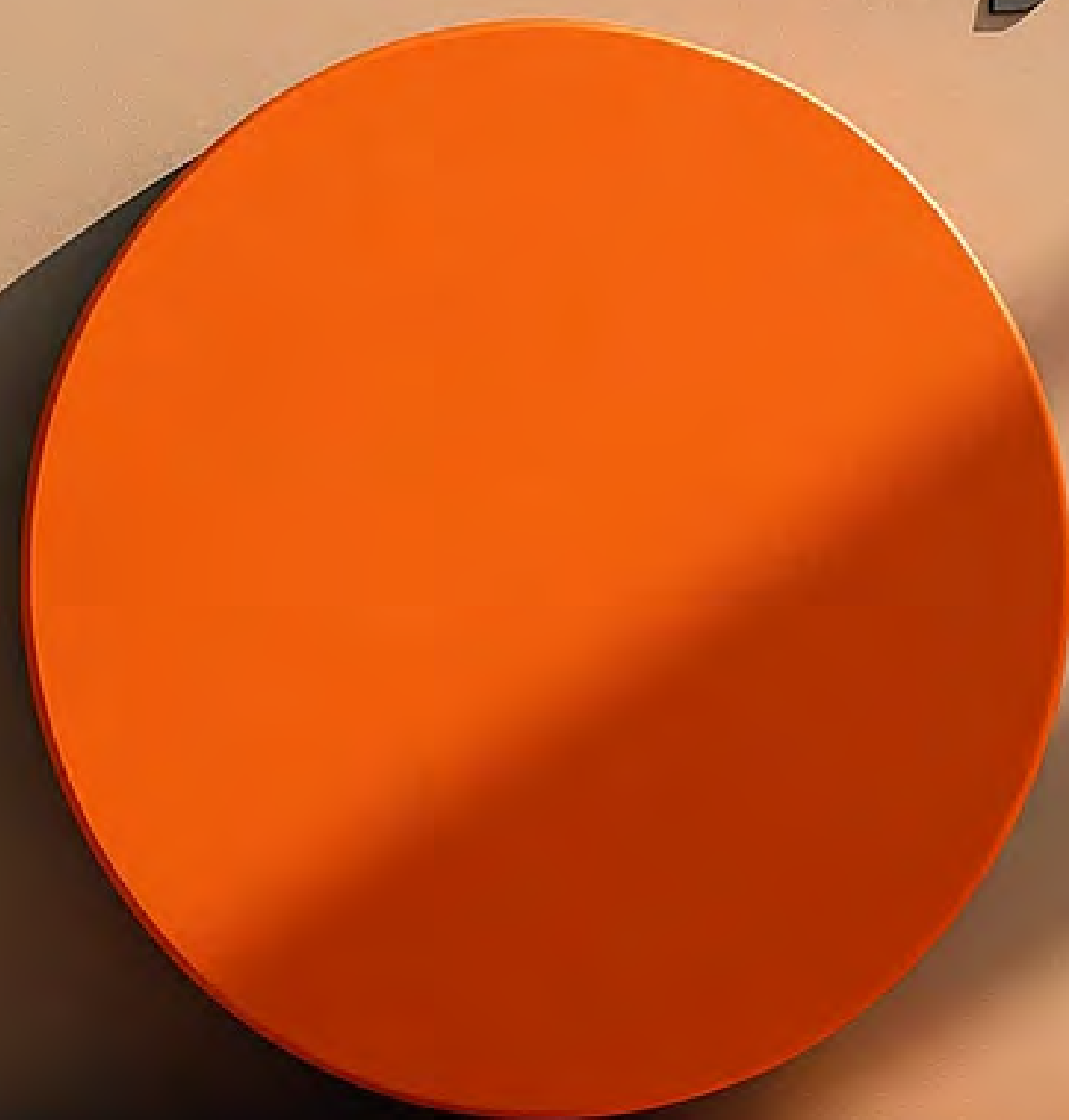
КОРТРОС

ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС В ЮЖНОМ ПОРТУ

ultima^{city}

#УЛЬТРАВОЗМОЖНОСТИ

ultima
city





ultima
city

KORTROS.RU
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

+7 495 000 00 00

ULTIMACITY.RU

Дополнительные
опции не только
офлайн, но и онлайн,
чтобы жизнь была
комфортнее и
насыщеннее

Дополняет
реальность

Переходной мост
на 1-ом этаже
соединяющий
инфраструктуру
всех корпусов.

Возможность
из любого корпуса
попасть куда угодно
не выходя на улицу

Дополнительные
опции не только
офлайн, но и онлайн

Переходной мост
на 1-ом этаже
соединяющий
инфраструктуру
всех корпусов.

ultima
city

KORTROS.RU
МОСКВА, ЮЖНОПОРТОВАЯ, 21

+7 495 000 00 00

ULTIMACITY.RU

ultima^{city}

Старт продаж!

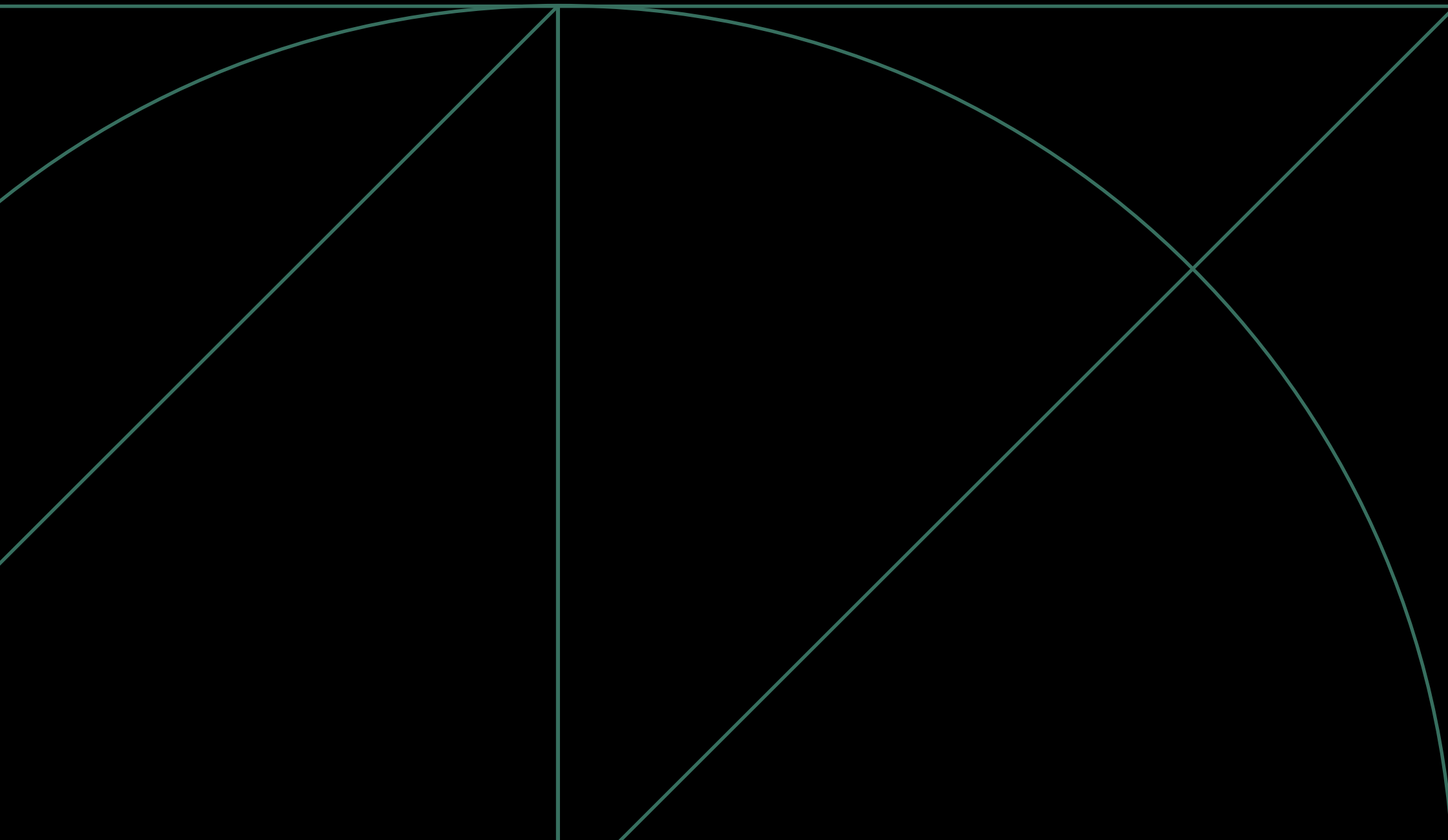
ULTIMACITY.RU

KORTROS.RU

+7 495 000 00 00

КОРТРОС®

Почему это будет работать в долгосрочной перспективе?



Строим 7–10 лет.

Технологии будут развиваться и дальше: спрос на их применение в разных сферах жизни стабильно высок. Для сегодняшних и будущих покупателей перенос ожиданий от IT на оффлайн среду — гарантия актуальности и драйвер нашего позиционирования.

Результаты:

1 Отложенный спрос в 3 раза выше ожиданий

ULTIMAcity создал эффект «хайпа»: спрос на проект продолжает расти.

2 Регулярные брокер-туры — 2–3 в неделю, по 20–30 человек

Высокая вовлечённость агентов подтверждает актуальность бренда и доверие профессионального рынка.

3 Органические упоминания бренда

Десятки публикаций, репостов и обсуждений в социальных сетях без платного продвижения. Вокруг допустимости использования в брендинге «безумного розового фламинго» разгорелись нешуточные дискуссии.