

# ТЕССИНСКИЙ, 1

Позиционирование:  
Рекламная кампания года

*Задача:* с помощью имиджевой пре-лонч кампании, нацеленной на инвесторов и первых покупателей, рассказать про «Тессинский, 1», делюкс-дом от компании Insigma.

*Решение:* дом, который будет расположен в Тессинском переулке, названном в честь Андрея фон Тессина, так же как и его будущие жильцы, привык быть первым во всем.

Цифра «1» в названии дома дополнительно подчеркивает нашу лидерскую позицию. При разработке коммуникации мы учитывали историческое наследие дома, а также то, что дом еще не построен и обладает дополнительной инвестиционной ценностью для первых покупателей квартир и пентхаусов.

*Слоган:* Тессинский, 1 — История запоминает первых

*Период:* 01.10.2020 – 01.03.2021 (4 месяца)

*Исполнитель:* Kitchen (ООО «Криэйтив Китчен»)



**ИНВЕСТОРЫ:** не опираются на эмоции и чувства, а на холодный расчет — купить дешевле, продать дороже. Про проект рассуждают в терминах инвестиционной доходности и ликвидности, нежели процесса жизни.

**Откуда они:** это бизнесмены или топ-менеджеры инвестиционных компаний (инвестиции как основной или дополнительный к основному доход), они могут проживать как в Москве, так и за рубежом. Их местоположение не влияет на принятие решений. Семья для этих людей не играет роли в выборе и покупке квартиры. Жилье приобретается не для себя, а с целью заработка.

**Интересы:** индустриальные тренды, рынок недвижимости. Инвестор понимает, как работает рынок недвижимости, поэтому для него важны те преимущества, которые подчеркнут будущую привлекательность объекта и района в целом.

**SELF-MADE PEOPLE:** люди, сделавшие себя, пробившиеся своим умом и трудом. Помнят путь, который прошли, и чего им это стоило. Им важно вписать себя в историю.

**Откуда они:** это могут быть предприниматели или чиновники москвичи, так и приезжие из регионов, объединенные одним mindset: self-made people.

**Интересы:** эти люди вдохновляются примерами из прошлого и настоящего, видят себя последователями традиций предпринимательства, часто с флером этики, меценатства и филантропии. Они рефлексируют на тему своего места в этом мире, стремясь оставить след в истории.



*Наружная реклама:* сити-формат ЦАО, digital-баннер Северная башня (Сити)

*Пресса:* Forbes, РБК 500

*Интернет:* GEO – РФ, Москва, МО, Санкт-Петербург

- Баннерная реклама на новостных ресурсах. Тестирование европейских СМИ на русскоязычную аудиторию (Economist, Bloomberg, etc.)
- Брендирование сайтов для построения охвата: РБК, ELLE.RU
- Видеореклама (OLV): In-stream YouTube, форматы Pre-roll, Mid-roll + BumperAds (6 sec), Out-stream – NativeRoll
- Мобильная реклама: баннер при остановке в Я.Картах и Я.Навигаторе с аудиосопровождением, фулскрины в мобильных версиях новостных сайтов
- Facebook & Instagram: баннеры и видеоформаты
- Контекстная реклама Яндекс и Google
- Гео-реклама: приоритетное размещение на Я.картах/Я.Транспорт/Я.Навигатор
- Спецразмещения: отдельные посадочные страницы с анонсированием (РБК, ELLEDECORATION.RU, ВЕДОМОСТИ)
- Digital PR: тексто-графические размещения на новостных ресурсах на коммерческой основе
- Реклама в Telegram-каналах с тематикой "Недвижимость" для привлечения профсообщества

INSIGMA

# История запоминает первых

## ТЕССИНСКИЙ, ДОМ 1

Deluxe дом  
в историческом  
центре Москвы [tessin.ru](http://tessin.ru)

ЗАСТРОЙЩИК ООО СЗ «СТРЕЛЕЦКАЯ СЛОБОДА»  
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШДОМ.РФ

The image shows a screenshot of a web browser displaying the Forbes website. The browser's address bar shows the URL: `forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/410133-ili-ty-sotrudnichaes-s-vlastyami-ili-tebe-s...`. The Forbes logo is prominently displayed at the top center. Below the logo is a navigation menu with categories: **НОВОЕ**, **МИЛЛИАРДЕРЫ**, **РЕЙТИНГИ**, **БИЗНЕС**, **ФИНАНСЫ**, **СВОЙ БИЗНЕС**, **ТЕХНОЛОГИИ**, **ВИДЕО**, **ПОДКАСТЫ**, **БИЗНЕС ПРИ ПАНДЕМИИ**. A secondary menu includes **life**, **Woman**, **AGENDA**, **ШКОЛА МИЛЛИАРДЕРА**, **EDUCATION**, **КЛУБ**, **COUNCIL**, **КОНФЕРЕНЦИИ**, and **ONTOLOGY**. Below the navigation, there is a section titled "МАТЕРИАЛЫ ПО ТЕМЕ" with three image thumbnails. One thumbnail shows a person in a red and white garment, with a text overlay: "Белорусское зеркало: почему события в Минске вызвали острую реакцию в России". Another thumbnail shows a person in a suit. A third thumbnail shows a person in a red and white garment. On the right side of the page, there is a large dark advertisement for "INSIGMA" with the text "История запоминает первых" and "ТЕССИНСКИЙ, ДОМ 1". An inset window in the foreground shows a mobile app interface for "ТЕССИНСКИЙ,1" with a building image and the text "ТАМ, ГДЕ ГЛАВНОЕ ОТКРЫВАЕТСЯ ИЗБРАННЫМ".

«Или ты сотрудничаешь с властью...»

Не защищено | forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/410133-ili-ty-sotrudnichaes-s-vlastyami-ili-tebe-s...

Forbes

НОВОЕ МИЛЛИАРДЕРЫ РЕЙТИНГИ БИЗНЕС ФИНАНСЫ СВОЙ БИЗНЕС ТЕХНОЛОГИИ ВИДЕО ПОДКАСТЫ БИЗНЕС ПРИ ПАНДЕМИИ

life Woman AGENDA ШКОЛА МИЛЛИАРДЕРА EDUCATION КЛУБ COUNCIL КОНФЕРЕНЦИИ ONTOLOGY

SHARES

МАТЕРИАЛЫ ПО ТЕМЕ

Белорусское зеркало: почему события в Минске вызвали острую реакцию в России

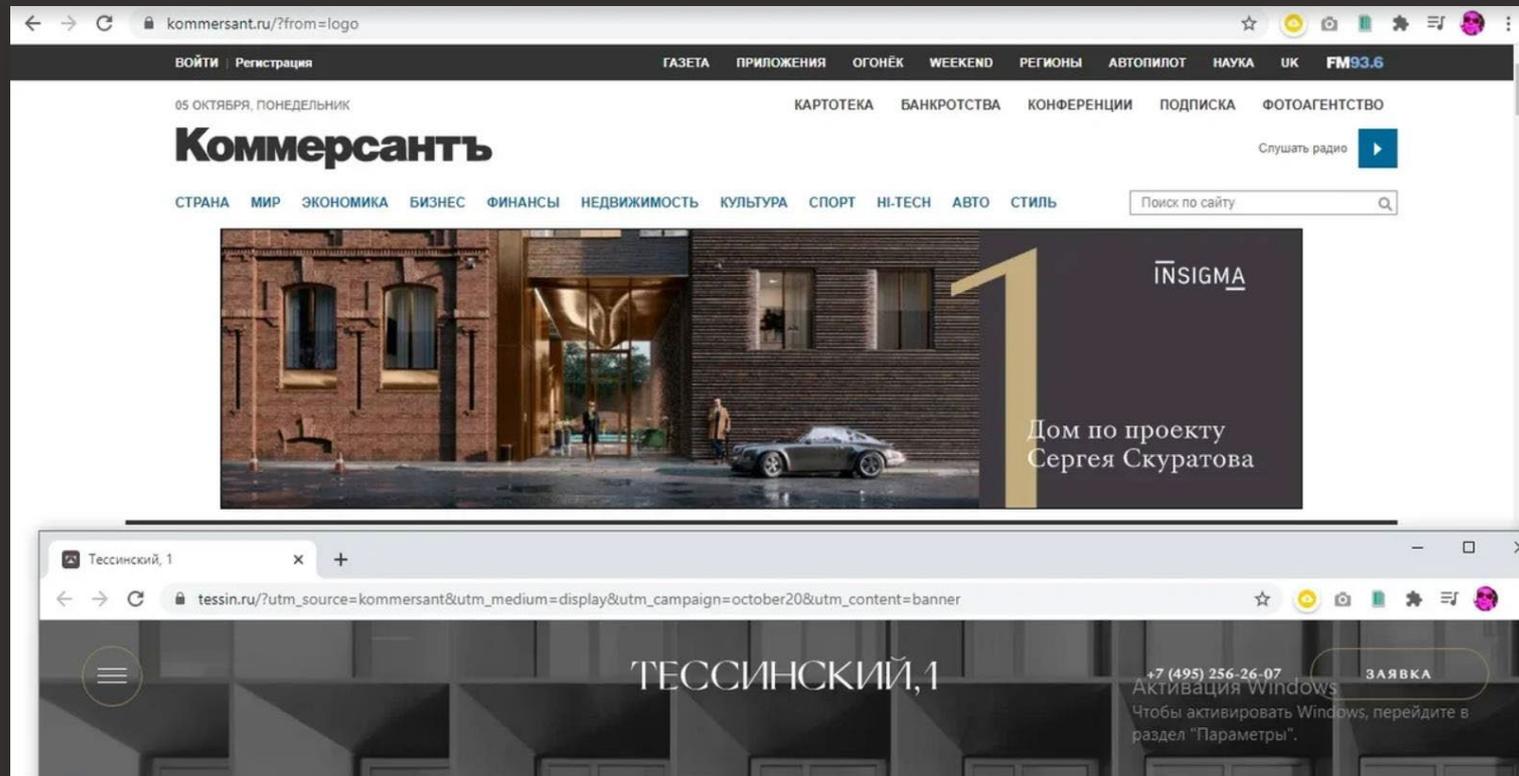
История запоминает первых

ТЕССИНСКИЙ, ДОМ 1

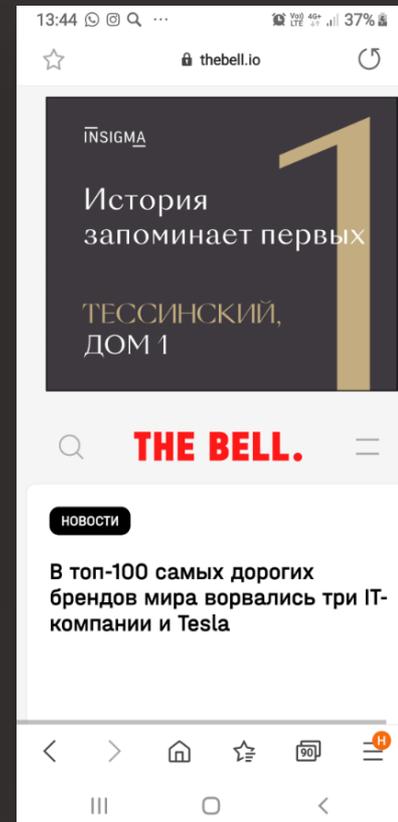
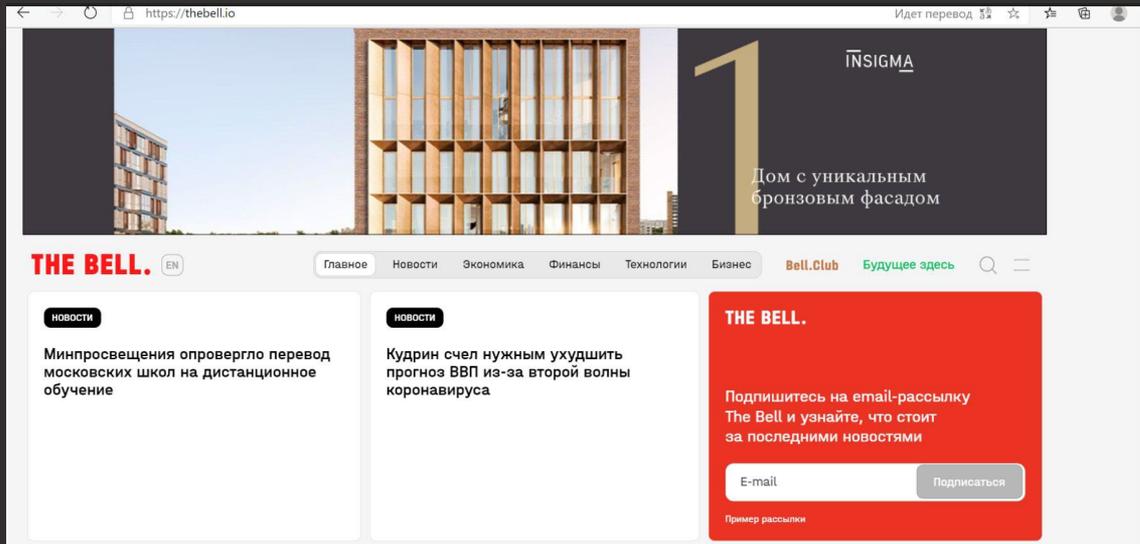
ТЕССИНСКИЙ,1

ТАМ, ГДЕ ГЛАВНОЕ ОТКРЫВАЕТСЯ ИЗБРАННЫМ

# ТЕССИНСКИЙ,1 РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ. ИНТЕРНЕТ



# ТЕССИНСКИЙ,1 РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ. ИНТЕРНЕТ





ТЕССИНСКИЙ,1 РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ. ООП







4<sup>МЕС.</sup>

Период РК

27%

Квартир продано

55%

Квартир приобретено  
с целью инвестиций

168%

Рост брендовых запросов



СПАСИБО

INSIGMA

k t c h e n