



Индустриальный дом

Рекламная кампания года

Челябинск – промышленный город-миллионник

В нем практически нет узнаваемой архитектуры. В центре – старые здания, в других районах города – панельные пятиэтажки, а на окраинах – новостройки. Комплексное строительство – редкость, чаще всего дома возводят локально.

По данным Росстата средняя заработная плата в Челябинской области в 2019 году составила **36 487 рублей**. А средняя стоимость квадратного метра в новостройке составляет примерно **41 000 рублей**. Активное население с уровнем дохода выше среднего предпочитает жить не в Челябинске и уезжает.



В этих условиях строительная компания «Легион» решила не просто вывести на рынок новый продукт, но и показать, что жители способны сделать город лучше.



Революция панельного домостроения в Челябинске



Стильные панельные дома нового уровня



Упор на экосистему комплекса, а не на отдельный дом

70% Челябинска застроено панельными домами плохого качества

Это сформировало у людей соответствующее **негативное отношение к любым панельным домам**, которые появлялись на рынке. «Легион» всегда строил монолитные и кирпичные здания, поэтому пошел на огромные репутационные риски, когда объявил о начале строительства панельных домов.

Чтобы избежать негатива, мы создали проморолик.
Всё дальнейшее позиционирование строилось на основе ключевых мыслей этого видео.



Социальный резонанс

Основная задача ролика – доказать жителям Челябинска, что город хорош для жизни и достоин того, чтобы остаться. Также мы нативно показали готовность застройщика менять облик города в лучшую сторону.

Видео получилось провокационным, вызвало резонанс в обществе и обсуждение на разных уровнях: от городских пабликов до администрации.



Валерия Козырина

Несколько раз пересмотрела ролик. Цепляет!!! С душой 👍

14 окт 2019 Ответить

❤️ 15



Анастасия Иванова

Случайно увидела ролик по телевизору, сначала не поняла, что это Ваш ролик, настолько свежо и необычно, мы, к сожалению, не привыкли к такой качественной рекламе. Но ролик получился действительно суперским!!!!

14 окт 2019 Ответить

❤️ 13



Строительная компания «Легион» ✓

Анастасия, спасибо за теплые слова.

14 окт 2019 Ответить

❤️ 3



Дмитрий Хлыбов 🤩

Один из самых крутых роликов, которые я когда-либо видел! Низкий поклон отделу маркетинга СК Легион 👍

14 окт 2019 Ответить

❤️ 13

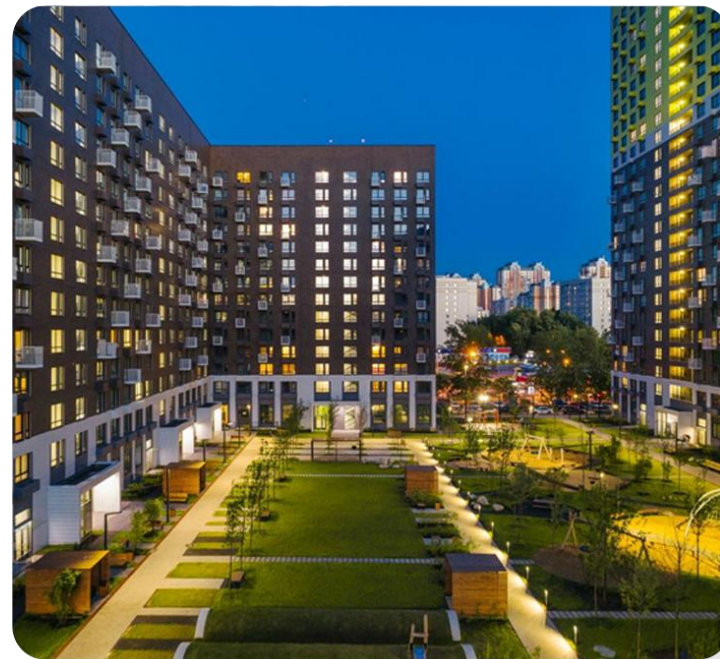
Особенности Индустриального дома:

Уникальная для Челябинска архитектура

Москва и Санкт-Петербург доказывают, что панельные дома могут быть стильными. Поэтому новые дома реализованы в цветах микрорайона с уникальными архитектурными деталями.

Парк во дворе

Жители уделяют внимание не только самому дому, но и окружающей его инфраструктуре, поэтому во дворе домов мы оборудовали парк для прогулок.



Особенности Индустриального дома:

Собственная система безопасности

Охранный пункт, опорный пункт полиции и 1500 камер по периметру всего комплекса делает проживание в нем абсолютно безопасным.

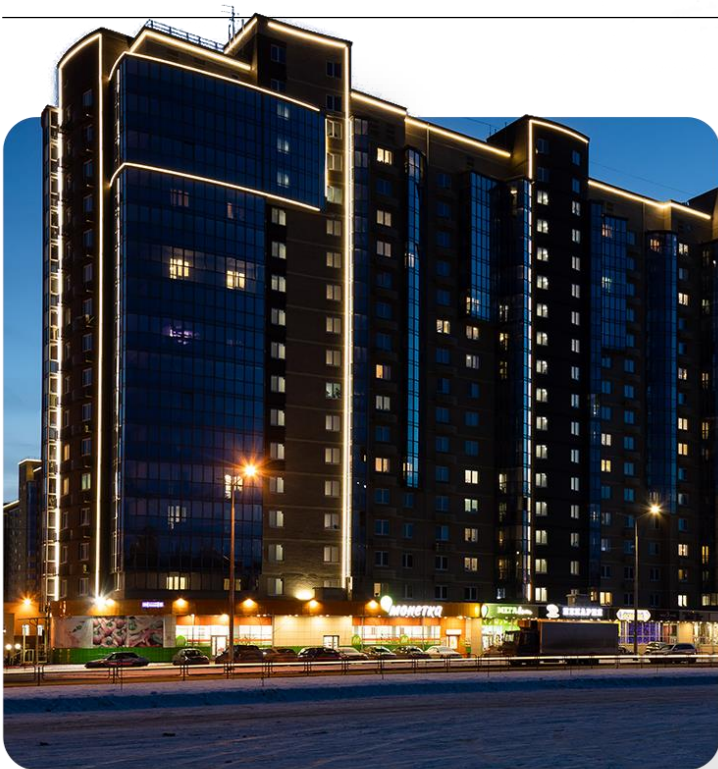
Просторные входные группы

Во всех домах мы отказываемся от узких и темных подъездов в пользу прозрачных и просторных входных групп, которые обеспечивают дополнительную безопасность.

Уникальные планировочные решения

Функциональные планировки с пропорциональными квартирами значительно отличаются от привычных квартир в панельках.





Рекламная кампания

Этапы:

Подготовка к кампании и создание сайта

На этом этапе важно было создать юзабельный сайт для знакомства пользователей с особенностями индустриального домостроения. Также мы разработали стратегию рекламной кампании на разных площадках, чтобы охватить максимальное количество людей.

Охватная рекламная кампания

Цель – получить максимальный охват и распространить информацию о проекте среди жителей города в онлайн и офлайн, чтобы повысить его узнаваемость.

Закрепляющая рекламная кампания

Цель – сбор заявок по предложениям в жилом комплексе «Ньютон» на квартиры в новых индустриальных домах.

Реализация проекта

Первым этапом реализации рекламной кампании стало создание сайта, который поможет собирать заявки на приобретение квартир. Преимущества сайта legion74.ru:

Лаконичность

Сайт не перегружен лишней информацией, акцент сделан только на Индустриальных домах.

Узнаваемый дизайн и стиль застройщика

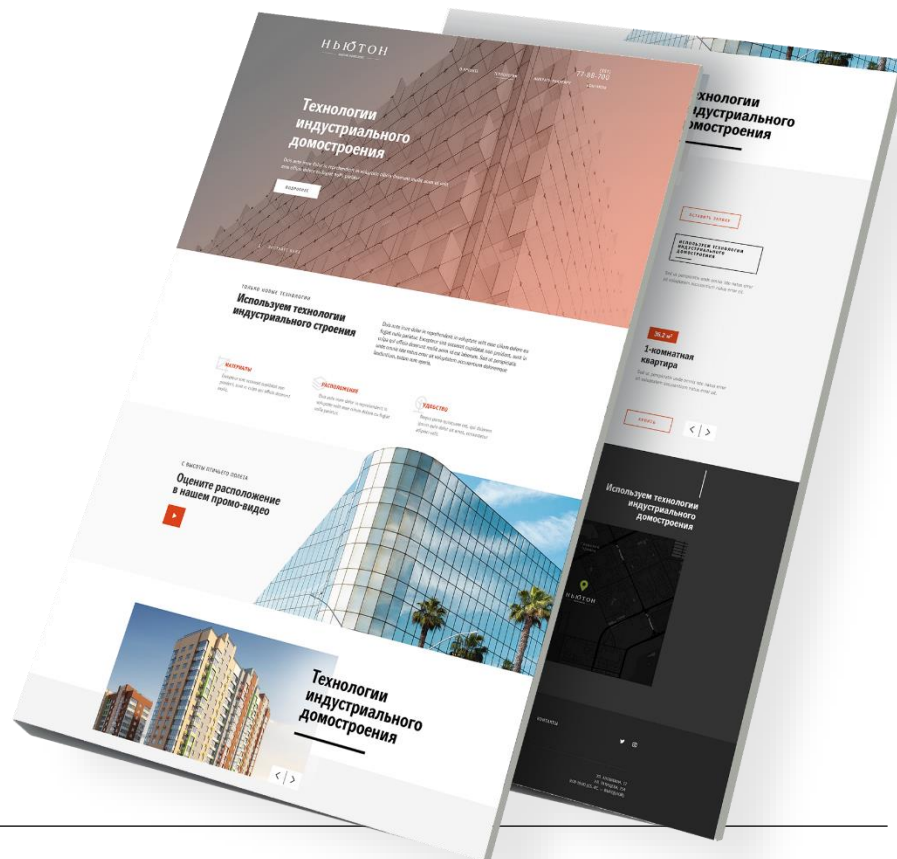
Сочетание белого, оранжевого и серого используются как на сайте, так и в социальных сетях.

Грамотная структура

Сайт последовательно знакомит людей с проектом, раскрывая преимущества одно за другим.

Вся информация «на одном листе»

Всё, что интересует покупателя находится в одном месте. Никаких выпадающих меню, подпунктов, десятков дисклеймеров и гигабайтов уставных документов



Реализация проекта

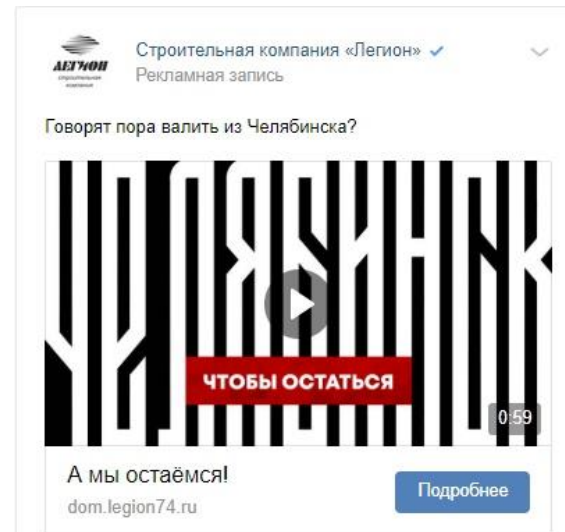
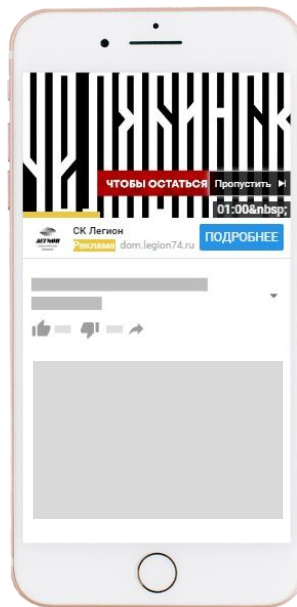
Этап №1 – массированная рекламная кампания

Срок – 3 недели

16 сентября – 6 октября

На этом этапе использовались все доступные рекламные каналы. Рекламные объявления показывались всем жителям Челябинска старше 18 лет.

Промо-материалы транслировались во всех перечисленных форматах: видео, баннерная реклама, реклама на поиске, интеграции в сообществах.



Реализация проекта

Результаты массовой рекламной кампании в рамках региона с населением 1,2 млн. человек.

Показы: 5 655 332 шт. Перевыполнение KPI более чем в два раза.

Цена показа: 0,11 копеек

Переходы на сайт: 20 036 шт. KPI перевыполнен более чем в 11 раз.

Цена перехода: 22,96 рублей.

Дополнительно:

Рекламная кампания на Youtube (все доступные форматы)

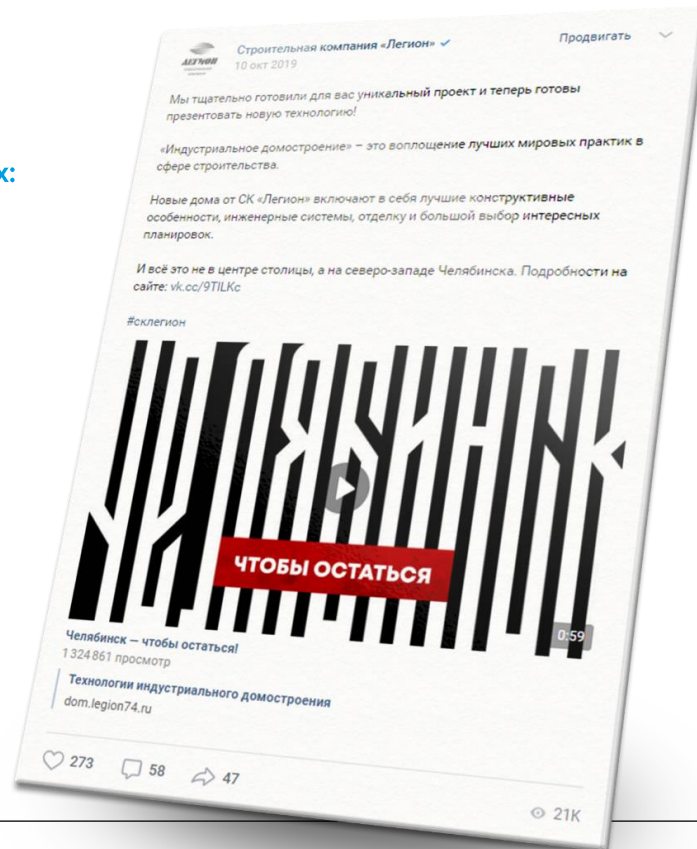
Размещения в региональных сообществах ВКонтакте

Таргетированная реклама была запущена на площадках:

ВКонтакте
Instagram
Facebook
Одноклассники

Контекстная реклама:

Яндекс
Google



Реализация проекта

Этап №2 – закрепляющая рекламная кампания

Срок – 4 недели

7 октября – 31 октября

На этом этапе важно было детально информировать пользователей о преимуществах индустриальных домов и поставить их в один ряд с монолитными конструкциями, а не с панельными домами. Акцент делался на людей, которым интересна тема покупки квартиры в обозримом будущем.

В рекламных объявлениях использовались: примеры планировок квартир разной комнатности для разной аудитории (семьи – 2-3 комнатные, пары без детей – 1-2 комнатные, живут одни – 1-комнатные и студии) и программа для выгодной покупки жилья.





Жилой комплекс «Ньютон» ✓
Рекламная запись

Продвигается ▼

Квартиры в новых домах ЖК «Ньютон» с выгодой от 4 000 Р за м²!

Уже готова предчистовая отделка: разводка электричества, стяжка пола, стены выровнены и готовы для финишной отделки, установлены откосы и подоконники!



Advertisement for the 'Ньютон' residential complex. It features a floor plan for a 37 m² apartment, a rendering of the building, and promotional text. The floor plan includes the following areas:

Room	Area (m²)
Ванная, с/у	4,8 м²
Коридор	4,0 м²
Жилая комната	12,4 м²
Лоджия	4,3 м²
Кухня-столовая	11,7 м²
Холл	2,1 м²

Additional text in the ad: 'Индустриальный дом', '37 м²', 'ВЫГОДА ОТ 148 000 РУБ', and '1 37,0'.

Новая технология индустриального домостроения!

Оставьте заявку

[Подробнее](#)

Реализация проекта

Во время рекламной кампании на данном этапе из форматов взаимодействия были исключены все инструменты, которые не позволяют детально сегментировать аудиторию.

Таргетированная реклама была запущена на площадках ВКонтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники. Для контекстной рекламы были запущены текстовые объявления на поиске и баннерные объявления. Дополнительно были запущены показы ролика из первого этапа на площадке Youtube.


Реализация проекта

Рекламная кампания транслировалась на жителей Челябинска. Целевая аудитория – люди в возрасте от 21 до 60 лет, желающие приобрести квартиру.

Аудитории:

- Пользователи, интересующиеся покупкой жилья или недвижимостью;
- Пользователи, подписанные на сообщества жилых комплексов низкого и среднего ценового сегмента;
- Пользователи, которые регулярно бывают рядом с ЖК;
- Подписчики наших страниц и групп (лояльная аудитория);
- Пользователи, взаимодействовавшие с нашими рекламными объявлениями (проработка аудитории с 1-го этапа, кто проявил интерес к проекту);
- Посещали сайт <https://dom.legion74.ru/> (проработка посетителей с 1-го этапа, которые проявляли интерес к проекту).

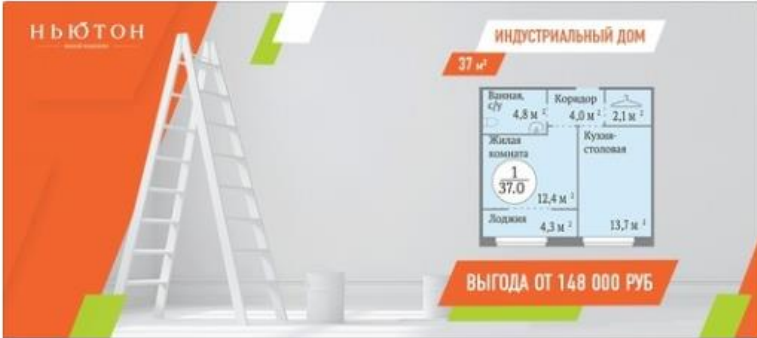



Жилой комплекс «Ньютон» ✓
 Рекламная запись

Продвигается ▾

Квартиры в новых домах ЖК «Ньютон» с выгодой от 4'000 Р за м²!

Уже готова предчистовая отделка: разводка электричества, стяжка пола, стены выровнены и готовы для финишной отделки, установлены откосы и подоконники!



ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ДОМ
 37 м²

Банная комната 4,8 м² | Коридор 4,0 м² | 2,1 м²
 Жилая комната 12,4 м²
 Лоджия 4,3 м² | Кухня-столовая 13,7 м²

ВЫГОДА ОТ 148 000 РУБ

Новая технология индустриального домостроения!
 Оставьте заявку

Подробнее

Реализация проекта

Результаты закрепляющей рекламной кампании.

Переходы: 14 319 шт.

Цена перехода: 19,41 руб.

Заявки: 215 шт.

Стоимость заявки: 1 293,02 руб.

Ниже средней по региону, по опыту ведения ЖК схожего ценового сегмента.

Реализация проекта

Этап №2 – закрепляющая рекламная кампания

Срок: 9 октября – 20 октября

На этом этапе рекламной кампании основной упор был сделан на реализацию рекламы на ТВ и публикации в СМИ. Видео транслировалось на региональных и федеральных телеканалах в разное время. В эфир были запущены 2 ролика хронометражем 10 и 25 секунд.

Публикации в печатных изданиях и на новостных порталах размещались в разных форматах: e-mail рассылки, лонгриды и статьи. Статьи освещали особенности индустриального домостроения и принципы, которыми руководствовался застройщик при проектировании.



Реализация проекта

Целевая аудитория рекламной кампании:

Жители Челябинска в возрасте 25-55 лет
Уровень дохода – средний и выше среднего
Численность аудитории: 396 000 человек

Результаты рекламной кампании на ТВ:

Количество выходов: 588

Суммарный рейтинг (TRP's): 698

Охват: 73%

Стоимость контакта: 0.25 руб.

Во время рекламной кампании бренд набрал около 3 000 000 контактов с целевой аудиторией. В среднем, каждый пользователь увидел рекламу 10 раз за период рекламной кампании. В течение всей кампании проходила система бонусирования, средний процент бонусирования на каждом канале составил 20%. **Таким образом, в рамках медийных показателей результаты кампании превзошли прогнозируемые в 1.5 раза.**



dom.legion74.ru

(351)

77-88-700

НЬЮТОН
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

НОВЫЙ ДОМ
ОТ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ
"ЛЕГИОН"



НЬЮТОН
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

НОВЫЙ ДОМ
ОТ СТРОИТЕЛЬНОЙ
КОМПАНИИ "ЛЕГИОН"

(351) 77-88-700



Результаты проекта

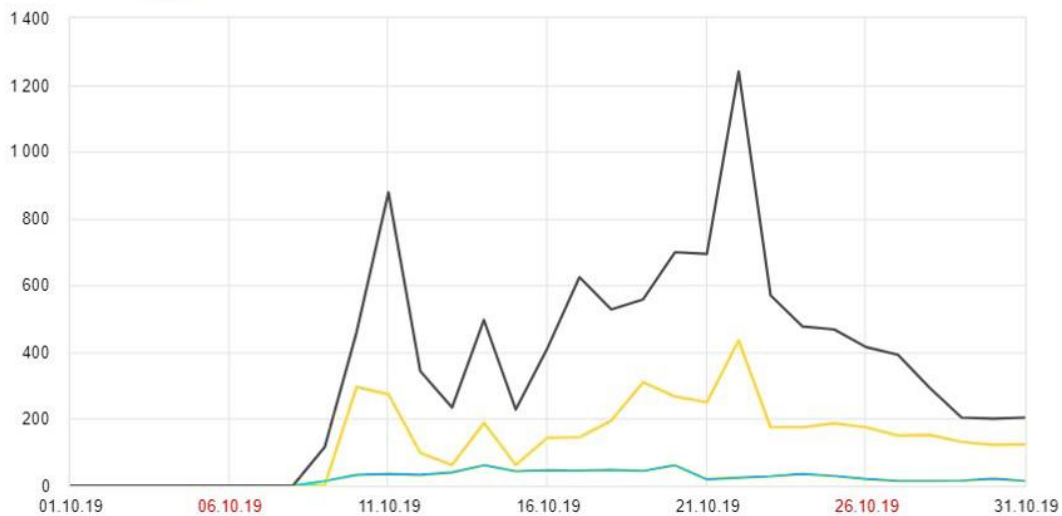
Первый индустриальный дом стартовал в продаже одновременно с двумя монолитными. Эти три дома занимали 90% «витрины».

За 4 месяца **было продано 34% квартир** в Индустриальном доме. Благодаря рекламной кампании темп продаж оказался выше, чем у монолитных конструкций. В доме №8 было продано **26%**, а в доме №25 – **30%**.

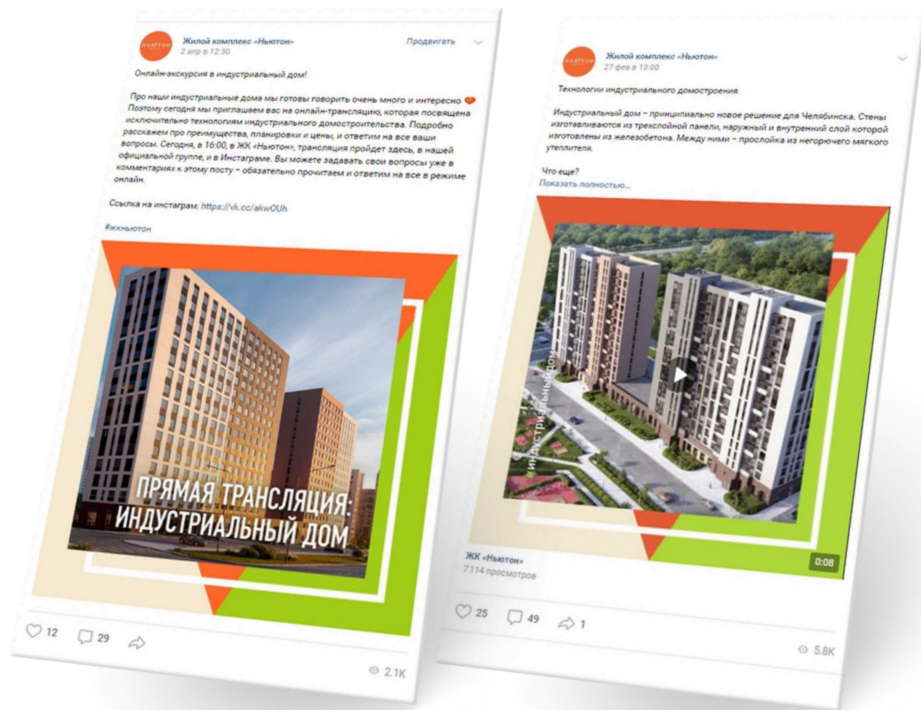
После запуска видеоролика на всех платформах увеличилось количество переходов на сайт с поисковых систем. За апрель оно составило **10 735 шт.**



Визиты



- Переходы из социальных сетей
- Переходы из поисковых систем
- Всего



Жизнь проекта

После завершения рекламной кампании мы постепенно стали публиковать информацию об Индустриальных домах в группах ЖК «Ньютон». Такая интеграция позволила нам рекламировать знакомый всем жилой комплекс и новые индустриальные дома как единый проект с уникальным подходом к домостроению.