

ВИДЕОРОЛИКИ
ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ
«КАК ВАМ ТАКОЕ...?»

Креативная
концепция

КУЛЬТ КУЛЬТУРЫ

ЦЕЛЬ

Создание охватных видео для верхнего уровня воронки продаж хронометражем от 15 до 25 секунд

О КОНЦЕПЦИИ

Мы переосмысливаем великие Российские культурные достижения в стиле ГАЛС.

Ведь ГАЛС – это яркий современный девелопер, который точно оставит след в истории.

Ранее мы оживляли памятники и исторические мотивы, сейчас мы развиваем эту тему дальше – прорабатываем балет, музыку и живопись

СЛОГАН

Составлен в стиле известного мема «Как тебе такое, Илон?» и подчеркивает гордость за наши проекты, т.к. нам есть чем гордиться!

ИТАК, ЧЕТЫРЕ КОМПЛЕКСА,
ЧЕТЫРЕ ОБЪЕКТА ИСКУССТВА

Период рекламной кампании

Весна 2021

Старт 15.02.2021

Основные каналы коммуникации

Интернет

Радио

Проекты

Квартал «Искра-Парк»

Квартал «Матч Поинт»

Квартал «Сады Пекина»

Резиденции «Театральный Дом»



Резиденции De Luxe «Театральный Дом» на Арбате

Все знают российский балет как сильнейшую школу классического танца.

Это – эстетика, умноженная на технику танца.

А De Luxe квартал «Театральный Дом» – это эстетика, умноженная на технологию.

Мы создали современную интерпретацию одной из знаковых постановок и сделали это ярко и модно. Мы переиграли известную классическую музыку в современном стиле, а хореограф стилизовал балет в контемпорари-танец.

КАК ВАМ ТАКОЕ,
МАЙЯ МИХАЙЛОВНА?



Майя Плисецкая /
Сцена из балета «Кармен-сюита»



ГАЛС / Сцена из ролика «Театральный Дом»



Элитный квартал «Сады Пекина» на Маяковской

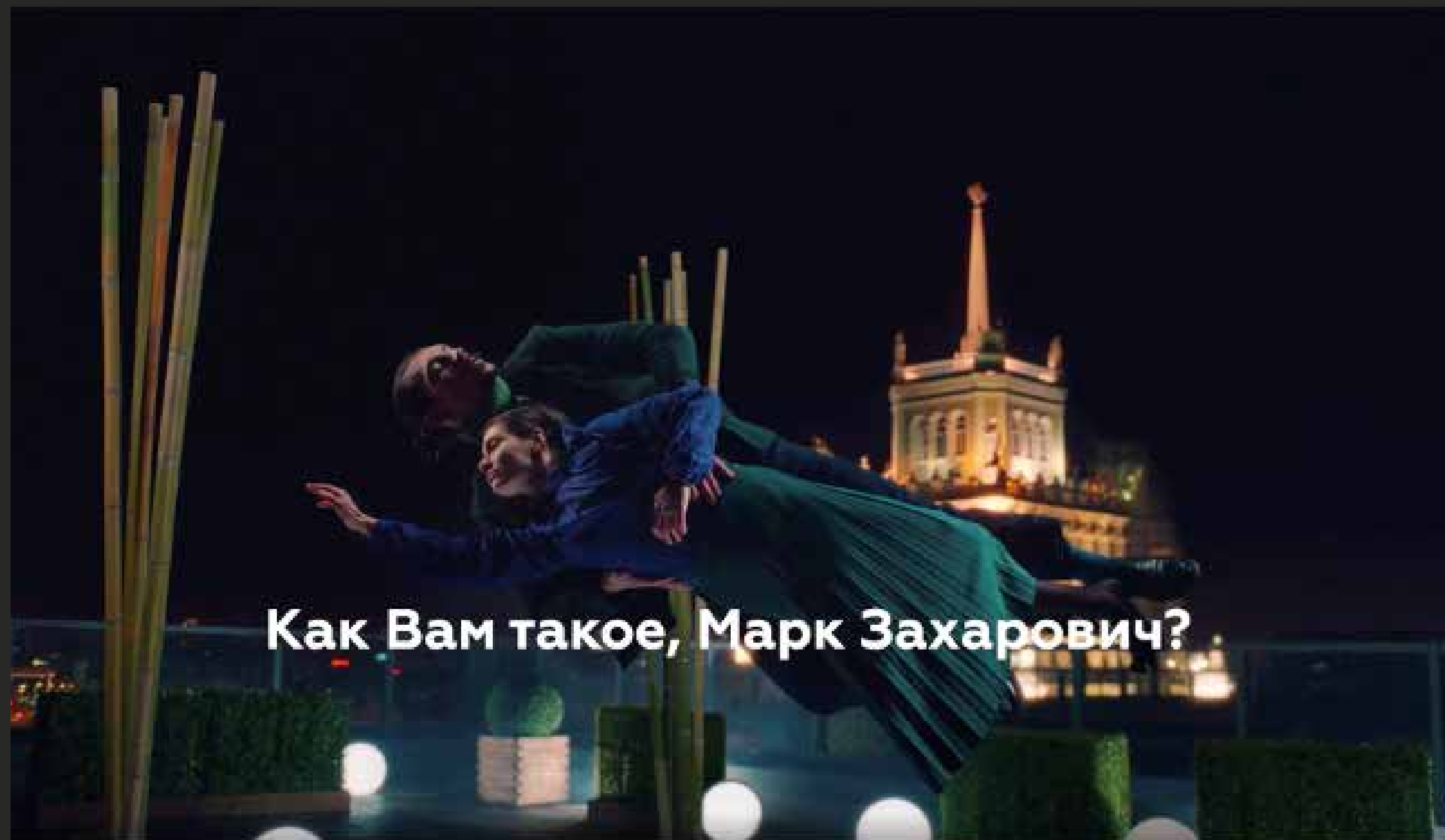
Крыша элитного квартала «Сады Пекина» с невероятным видом на центр Москвы – это нечто особенное. Так и хочется там оказаться! Прогуляться, паря от счастья над землей в стиле Шагала.

Для реализации этой идеи нам потребовалось подвесить героев на специальные тросы. Для большей атмосферы мы использовали дым-машину, чтобы сделать крышу ещё более атмосферной и художественной.

КАК ВАМ ТАКОЕ,
МАРК ЗАХАРОВИЧ?



Марк Шагал /
Картина «Над городом»



ГАЛС / Сцена из ролика «Сады Пекина»



Премиум-квартал «Матч Поинт» на Кутузовском

Почему бы строгий конструктивизм не дополнить красным авангардным пятном?
Представьте, преобразование квартала «Матч Поинт» в известную всем картину Петрова-Водкина «Купание красного коня». Эффектно, не правда ли?

Для съёмки мы использовали коричневого коня и на цветокоррекции сделали его красным, дополнив схожесть с картиной костюмами и другими акцентными деталями.

КАК ВАМ ТАКОЕ,
КУЗЬМА СЕРГЕЕВИЧ?



Кузьма Петров-Водкин /
Картина «Купание красного коня»



ГАЛС / Сцена из ролика «Матч Поинт»



Премиум-квартал «Искра-Парк» на Динамо

Комплекс апартаментов «Искра-Парк» – это настоящий конструктивизм. Чёткие линии и яркие геометрические формы, совсем как супрематизм Малевича.

Мы отобрали самые эффектные точки для съёмок и составили красивое сочетание костюмов, мейкапа и причёсок героев. Композиция каждого кадра была выстроена в стиле супрематизма, мы обратили внимание на существующие детали комплекса и внесли немного своих.

КАК ВАМ ТАКОЕ,
КАЗИМИР СЕВЕРИНОВИЧ?



Казимир Малевич/
Картина «Спортсмены»



ГАЛС / Сцена из ролика «Искра-Парк»


Музыка

Под каждый сюжет мы создавали собственные минималистичные композиции. Все они схожи с направлениями в стиле фэшнпоказов/автомобильной рекламы и современных девайсов (Apple, Samsung).

Для OLV были написаны 25-секундные композиции, для радио — их 15- и 30-секундные версии.



OLV

 ПРОДВИЖЕНИЕ
РЕКЛАМНОЙ
КАМПАНИИ
«КАК ВАМ ТАКОЕ...?»

Период рекламной кампании

Весна 2021

Старт 15.02.2021

Основные каналы коммуникации

DV360

Видео сеть Яндекс

Youtube

Programmatic
закупки и нативные сетки

Социальные сети
(Facebook+ Instagram)

Проекты

Квартал «Искра-Парк»

Квартал «Матч Поинт»

Квартал «Сады Пекина»

Резиденции «Театральный Дом»

Задачи

1

Увеличение SOV проектов агрессивной конкурентной среде

2

Привлечение новой аффинитивной аудитории / увеличение кол-ва вовлеченного трафика на сайты проектов

3

Увеличение числа брендовых запросов проектов в поисковых системах

4

Оптимизация рекламных кампаний путем сбора аудиторных сегментов и последующего использования в ретаргетинговых стратегиях



Каналы

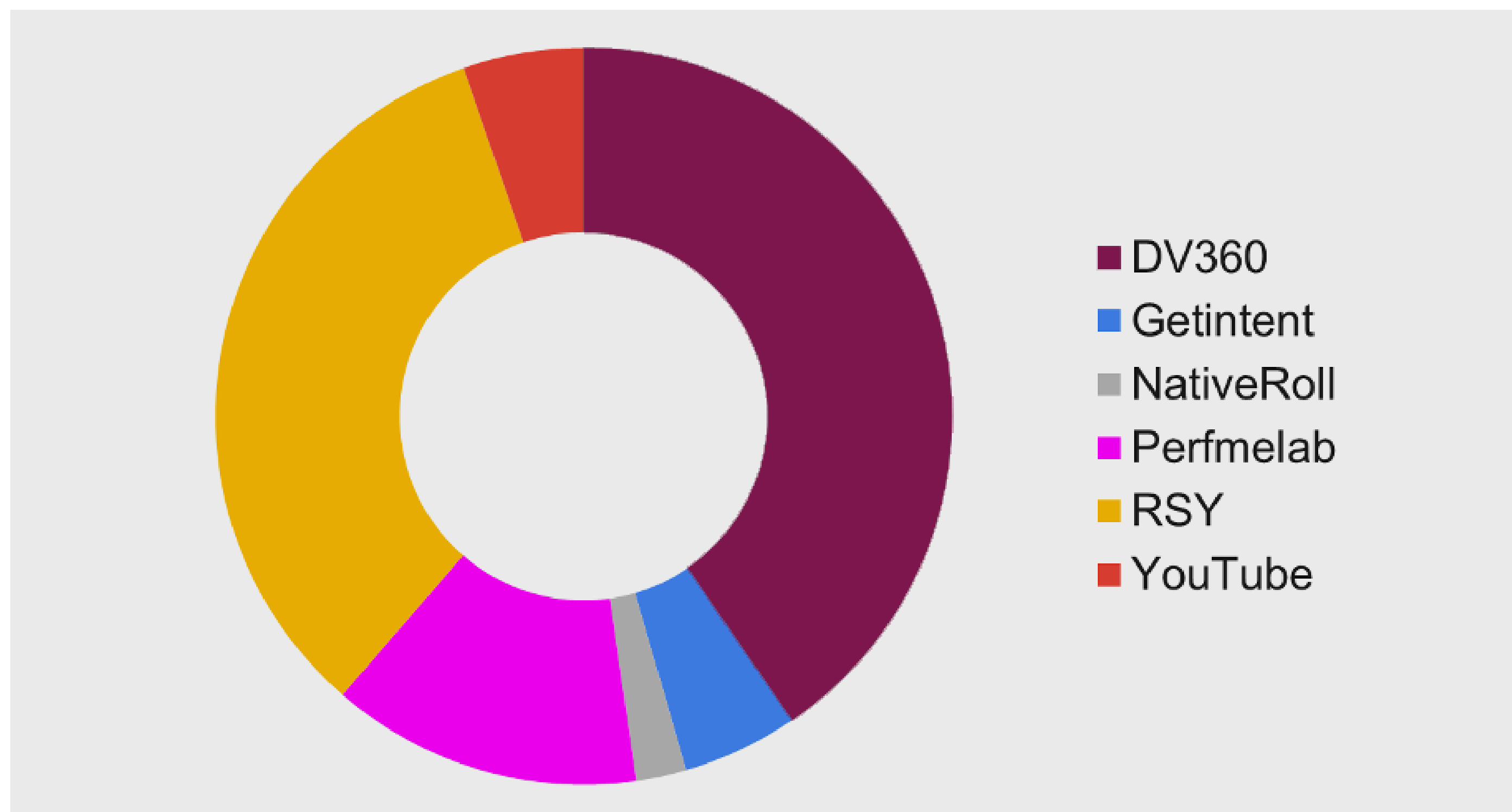
Дифференциация показов между источниками в сплите каналов и форматы

Форматы

in-Stream

Out-Stream

TrueView (YouTube)



Театральный Дом

Показы: **6 270 828**

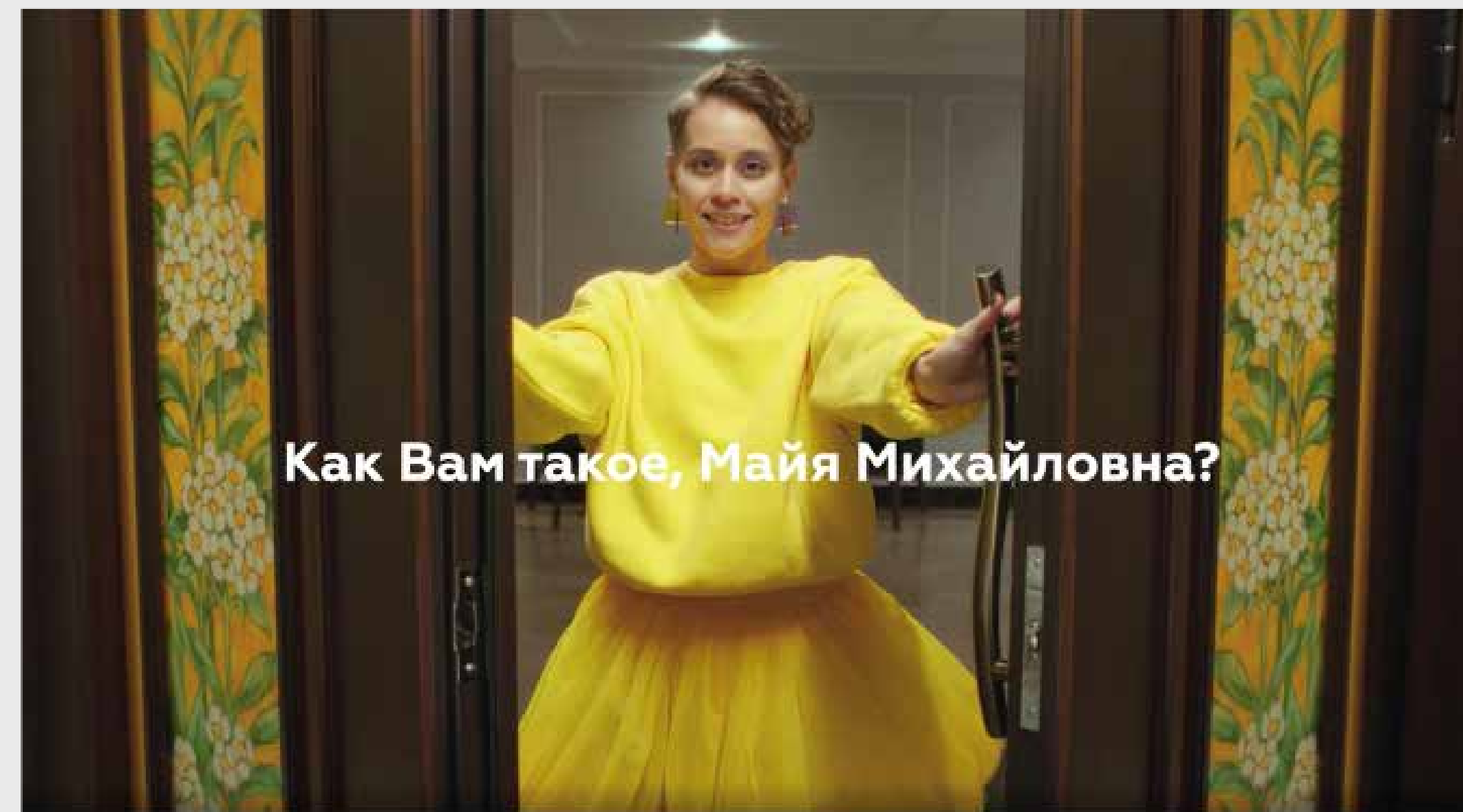
Уникальный охват: **2 509 553**

VTR% (100%): **43,2%–67,14%**

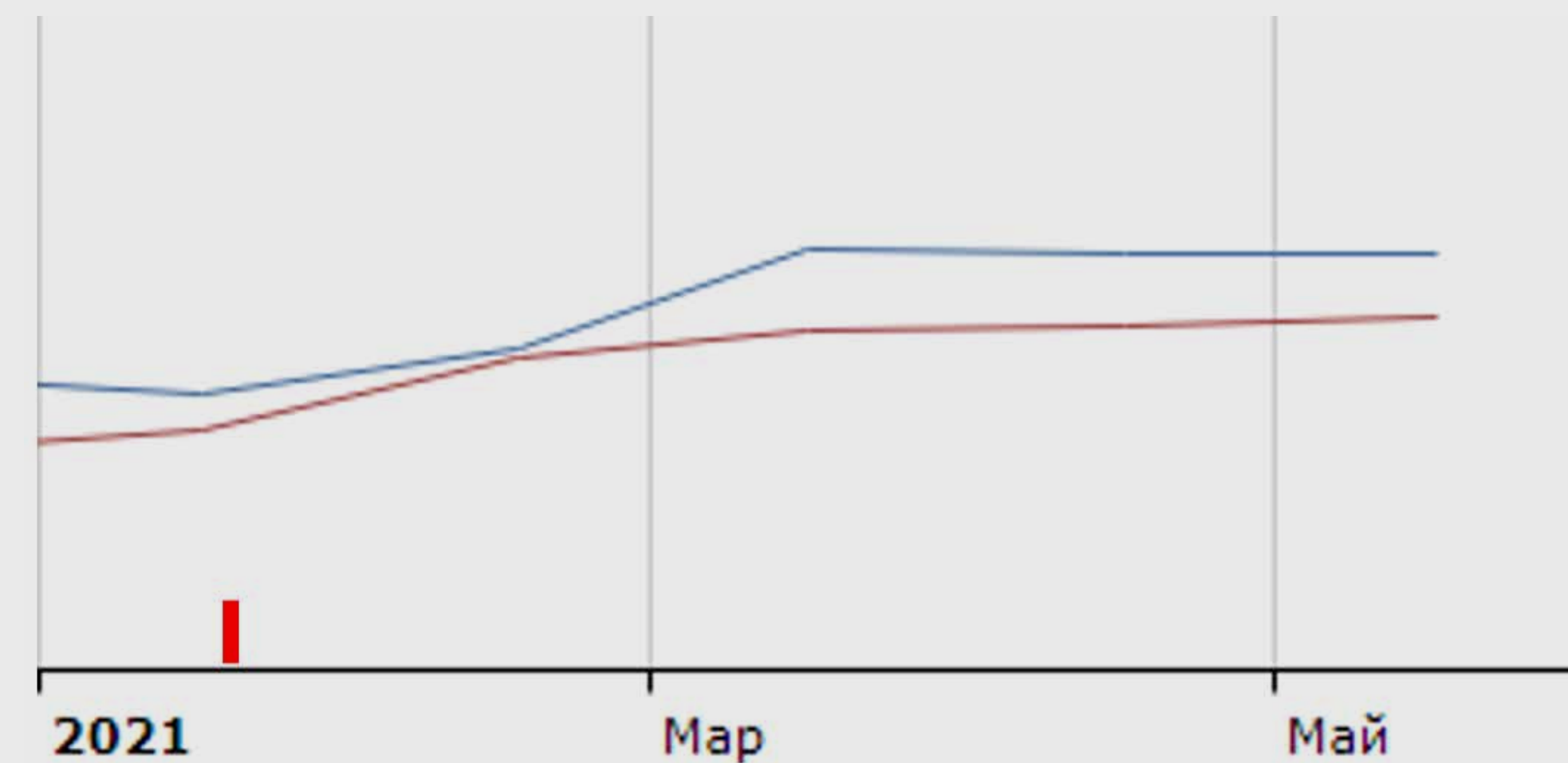
Трафик на сайт: **43 972**

CPC: **18,5 ₺**

CPV: **0,33 ₺**



Рост числа брендовых запросов



Сады Пекина

Показы: **9 314 385**

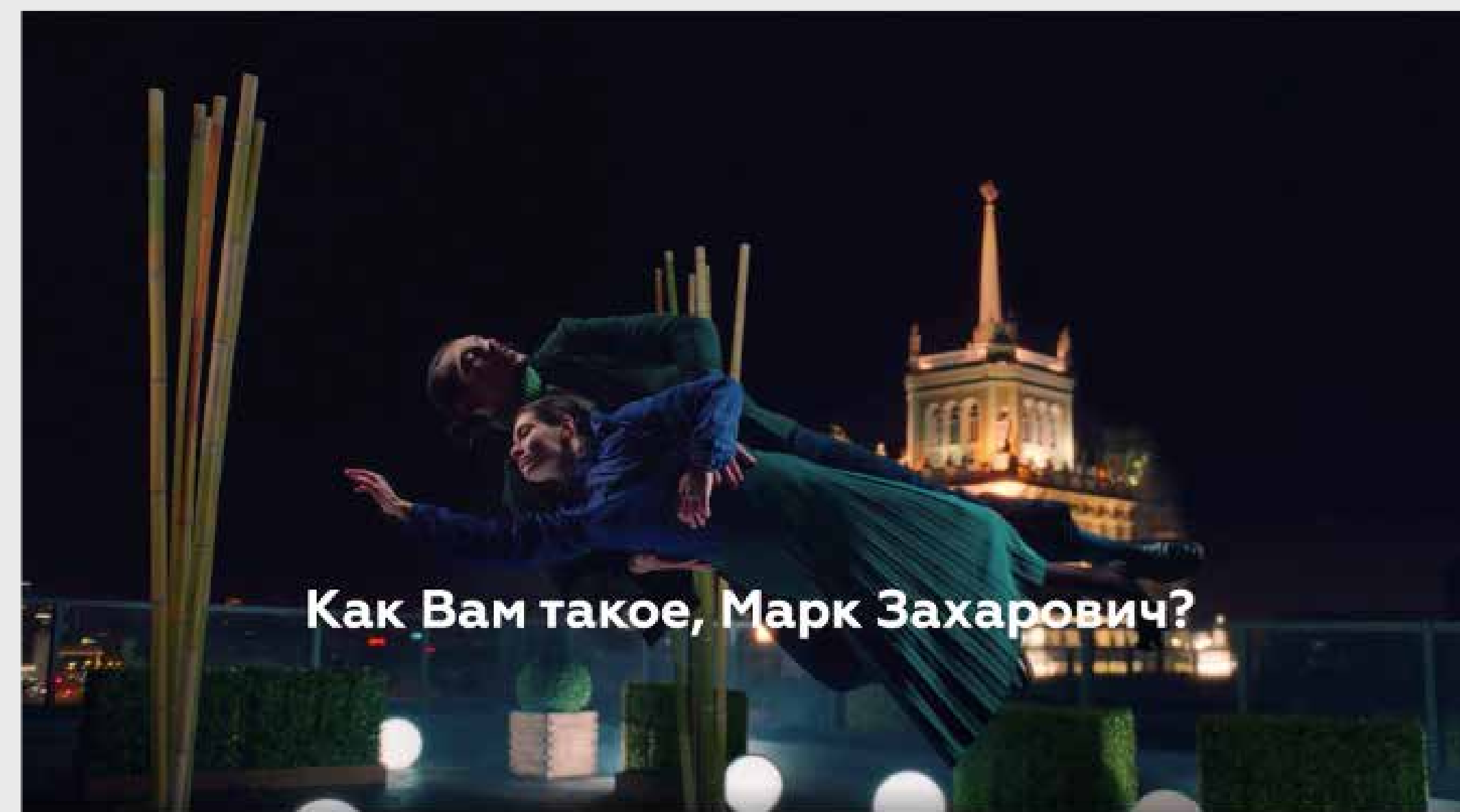
Уникальный охват: **3 989 455**

VTR% (100%): **53,16%–64,14%**

Трафик на сайт: **33 605**

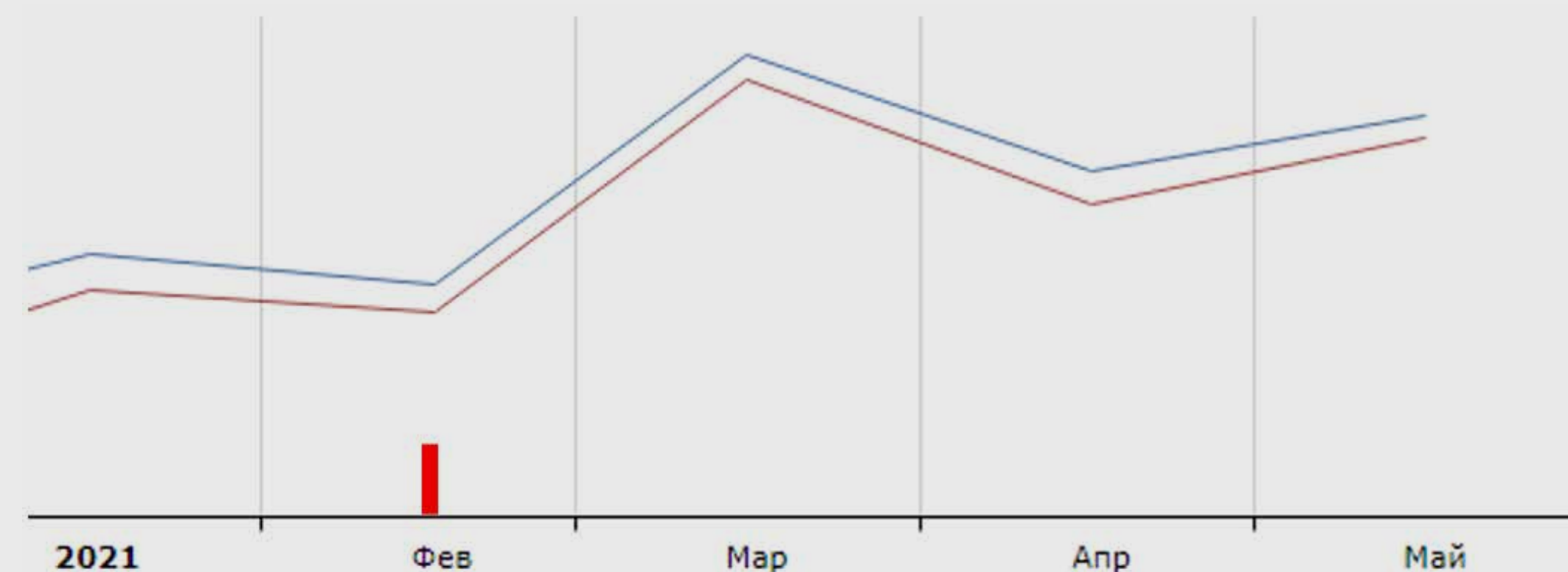
CPC: **28,5 ₺**

CPV: **0,32 ₺**



Как Вам такое, Марк Захарович?

Рост числа брендовых запросов



Матч Поинт

Показы: **16 386 494**

Уникальный охват: **5 854 328**

VTR% (100%): **57,99%–72,01%**

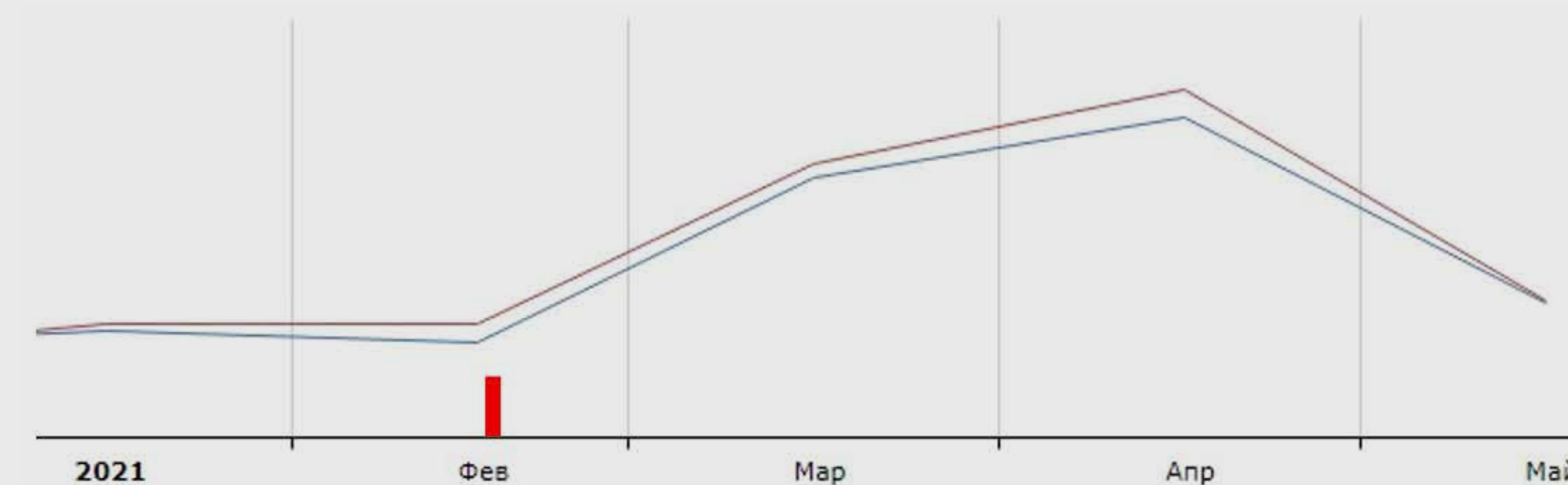
Трафик на сайт: **95 840**

CPC: **27 ₺**

CPV: **0,18 ₺**



Рост числа брендовых запросов



Искра-Парк

Показы: **10 178 619**

Уникальный охват: **3 586 819**

VTR% (100%): **52,4%–67%**

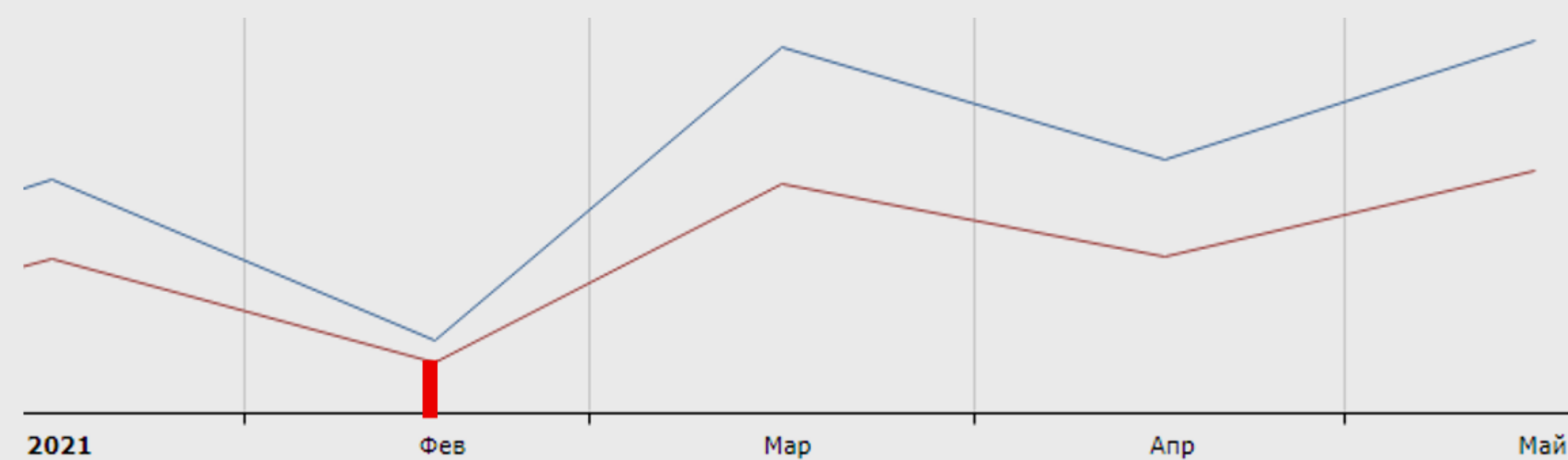
Трафик на сайт: **95 840**

CPC: **28 ₺**

CPV: **0,44 ₺**



Рост числа брендовых запросов



Результат

Мы значительно перевыполнили прогнозные показатели эффективности:

Перевыполнение по показам: **+19,1%**

VTR(100%): **+32%**

Трафик на сайт: **+20,6% (53 719 визитов)**

CPC: **в 2 раза ниже плановых значений (27 ₺)**

CPV (100%): **18 копеек (!!!)**

Кроме этого нам удалось **снизить стоимость брендового обращения в Google на 16%**, а так же **собрать массивные аудиторные сегменты** для дальнейшего взаимодействия с пользователями в ретаргетинговых кампаниях.

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ