

**ПОТОМУ ЧТО ЖИЗНЬ  
МОЖНО СПРОЕКТИРОВАТЬ**

**БРУСНИКА**

# Контекст

О чем реклама застройщиков сегодня?

Красивый дом,

Классная инфраструктура,

Закрытый двор,

Подземный паркинг

И далее по списку.

**Все говорят об одном, используя одни и те же визуальные и речевые паттерны.**



# Информация о проекте

В рекламной кампании мы решили говорить о своем инженерном подходе. Но пойти отличным от конкурентов способом и показать не конкретные инженерные фишки, а процесс их создания.



# Видеоролик, полное хроно



**Видеоролик, 20 сек**



# Идея

Мы показали, что за каждым решением стоит большой труд и серьёзные исследования.

Никаких цифр статистики, сложных терминов. Только эмоции и интеллектуальные муки сотрудников, которые создают проекты Брусники, в *slow motion*, чтобы зритель прочувствовал, как придумываются и пере придумываются дома.

Мы продемонстрировали, что за каждым решением стоит огромная сложная интеллектуальная работа большого количества специалистов.



# Цели кампании

1

Улучшение восприятие имиджа бренда с точки зрения современности, инновационности и надежности

2

Сохранение лидерских позиций по воспринимаемому качеству строительства в присутствия

3

Улучшение восприятия бренда в разрезе целевых атрибутов

4

Повышение интереса к бренду

В городах присутствия Брусника занимает лидирующие позиции среди застройщиков по спонтанному и наведенному знанию.

## Ключевые каналы

- ТВ & OLV
- ООН & ДООН
- PR
- Радио
- Digital продвижение

## География запуска

- Тюмень
- Новосибирск
- Екатеринбург
- Сургут





# В рекламном ролике снялись реальные сотрудники Брусники



# Ключевые итоги

– Проведенная рекламная кампания позволила улучшить восприятие бренда в разрезе целевых атрибутов\*:

**+27%**

компания строит самое современное жилье

**+27%**

компания использует современные технологии

**+23%**

высокое качество строительства

**+24%**

идеально продуманное жилье

**+24%**

задает стандарты на рынке недвижимости

– По результатам исследования Брусника занимает лидирующую позицию в регионах по доле аудитории, готовой переплатить за качество и надежность\*.

– По итогам 2023г. кампания заняла 1-е место в рейтинге ЕРЗ по потребительским качествам ЖК в России и удвоила продажи\*\*

\*Приведены данные из исследования здоровья бренда, проводимого после рекламной кампании в ноябре 2023 г.

Метод сбора: онлайн панель CAWI

Интерпретация результата: Штольцман и Кац

\*\* — <https://erzrf.ru/news/v-2023-godu-brusnika-udvoila-prodazhi-i-voshla-v-top-10-zastroyshchikov-rossii?tag=Спрос>

# Спасибо



Здесь  
говорим  
и показываем