

Рекламная кампания

МАРМАКС

Двор парковка



Цель рекламной кампании —
подчеркнуть уникальность
паркового квартала
«Голландия»



МАРМАКС

Задачи кампании:



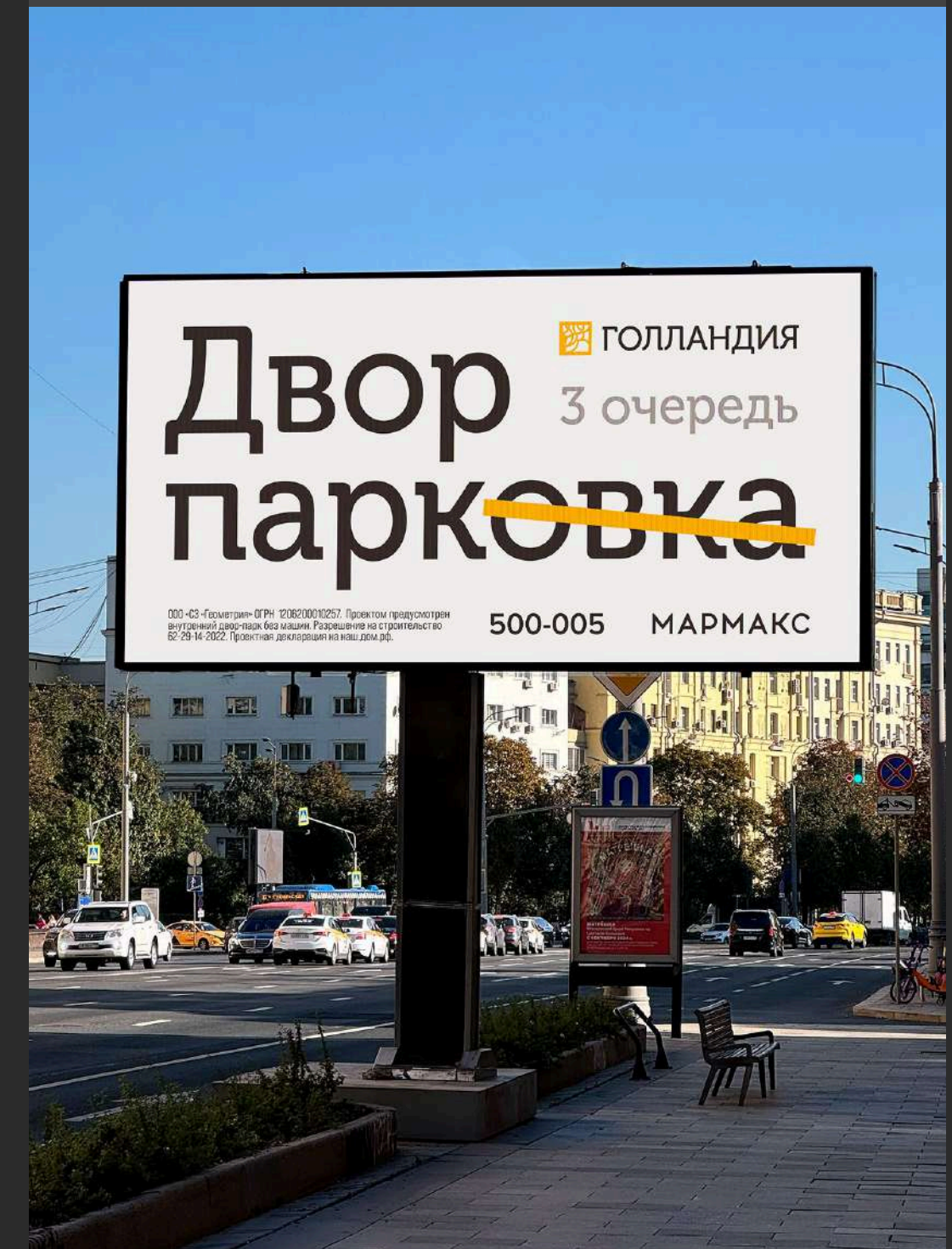
Привлечь внимание целевой аудитории к проекту паркового квартала «Голландия», подчеркнув ключевое преимущество — дворы без машин и парк размером 1ГА.

Создать ассоциации с безопасностью, комфортом и экологичностью, что особенно важно для семей с детьми.

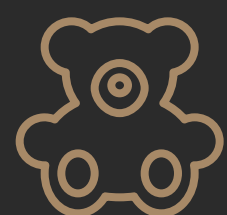


Продemonстрировать, что «Голландия» — это не просто жилой квартал, а пространство для полноценной жизни, отдыха и развития.

Увеличить интерес к проекту через креативные рекламные материалы и активное присутствие на наружных носителях и в интернете.



Целевая аудитория:



Семьи с детьми — наша основная аудитория, для которых важно безопасное пространство для проживания, игры и общения



Молодые семьи, пары и люди, стремящиеся к качественной жизни — жители города, ищущие место, где можно комфортно жить, растить детей и проводить время на свежем воздухе



Люди, обеспокоенные экологией и безопасностью — ценители чистого воздуха и уединения от городской суеты, заинтересованные в современных экологических проектах



Средний и высокий класс — люди, имеющие достаточные финансовые возможности для покупки квартиры в парковом квартале





Коммуникационная стратегия

В центре коммуникационной стратегии — создание образа паркового квартала «Голландия» как идеального места для комфортной и безопасной жизни. Используемые месседжи транслируют идею, что жизнь в «Голландии» — это не просто квартиры, а двор без машин, в котором пространство принадлежит не транспортным средствам, а жителям и их детям.

Основная идея кампании

**В парке можно
не только гулять —
в парке можно жить!**

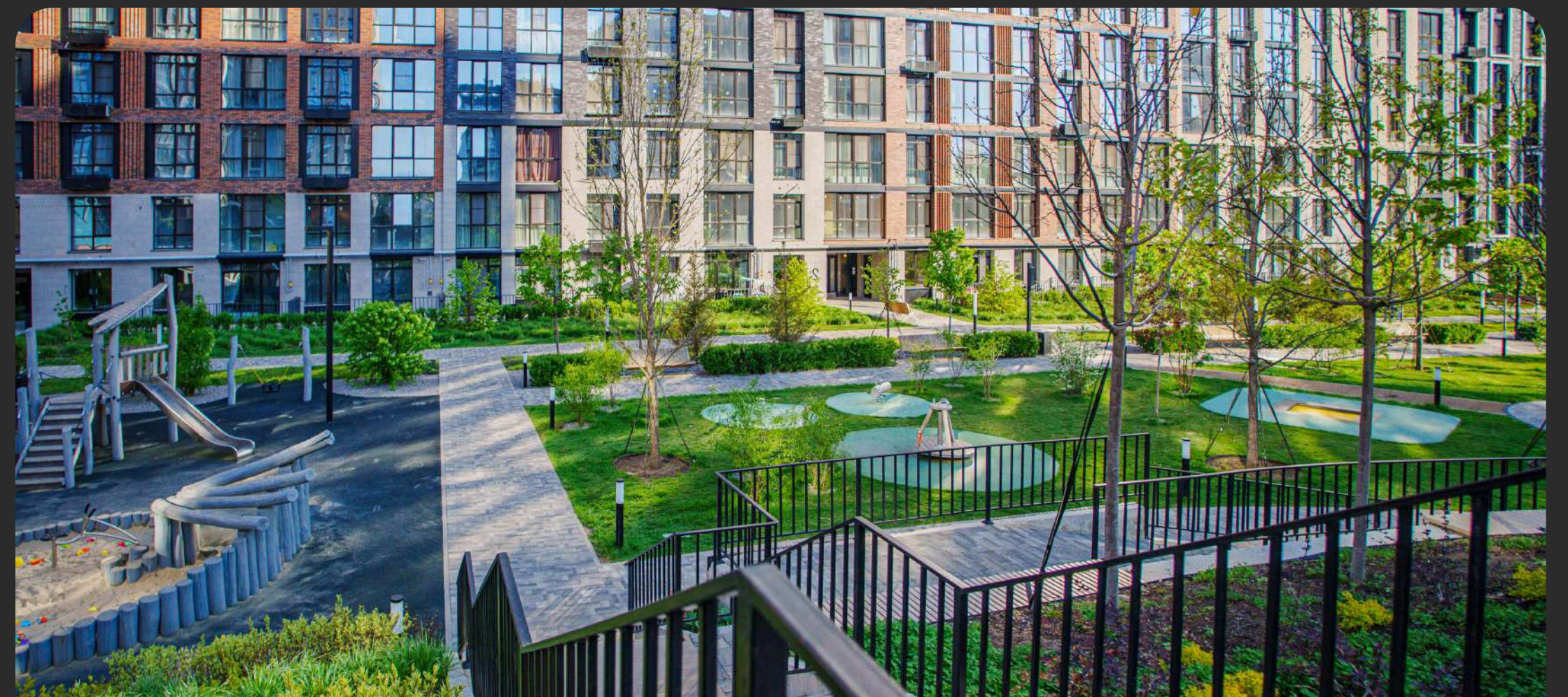
Призыв к действиям: «Откройте для себя новый
стандарт жизни. Без машин. С заботой о будущем.»



Креативные решения

Двор ~~парковка~~

Логотип кампании: часть слова «парковка» перечеркнута, визуализируя замену привычного представления о дворе, где всегда машины, на новое — пространство для жизни и отдыха.



Визуальные решения: фотографии и видеоролики красивых дворов «Голландии», где нет машин, но есть дети, семьи, природа, безопасные и экологичные игровые площадки.



МАРМАКС

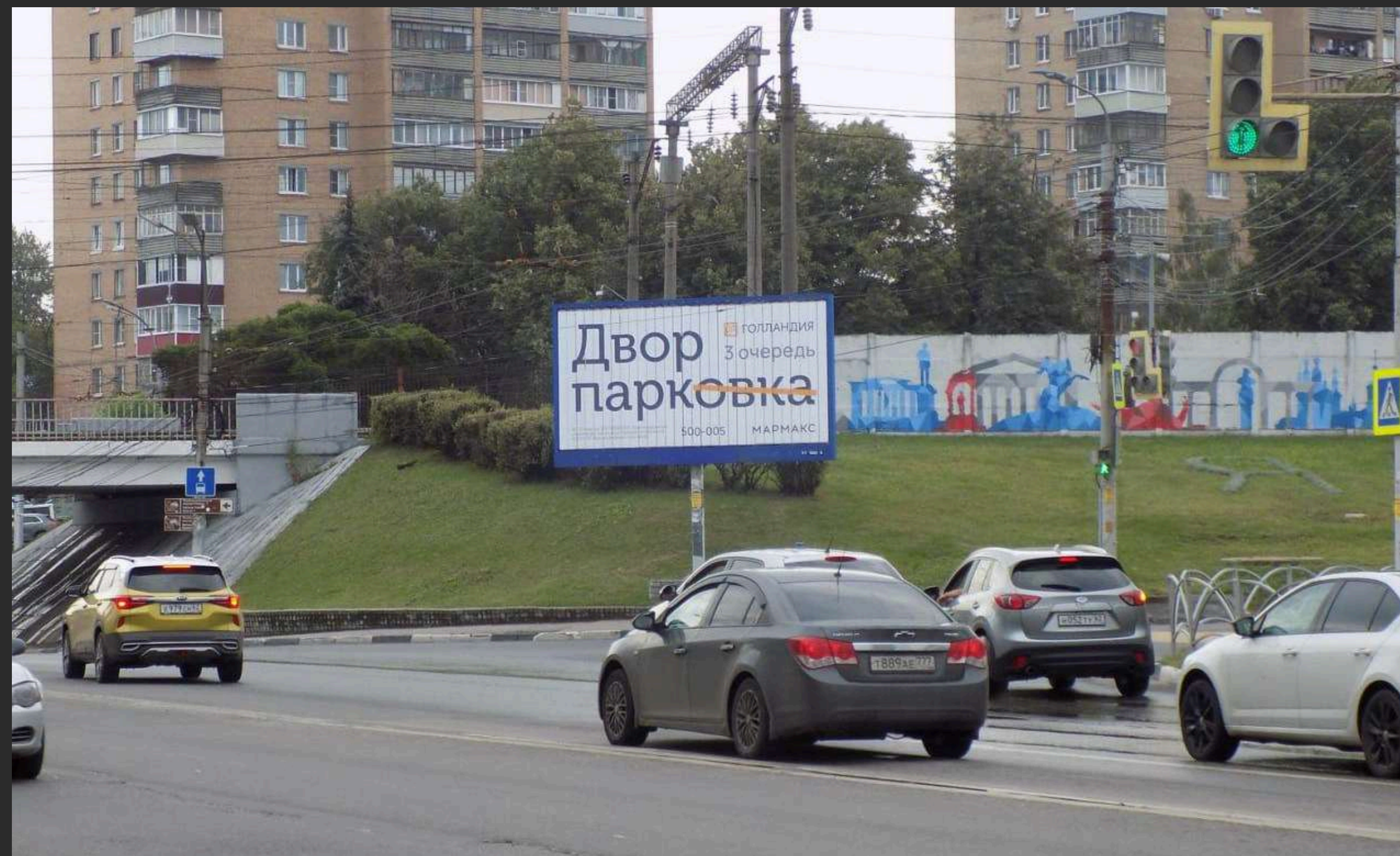
Используемые каналы коммуникации

01

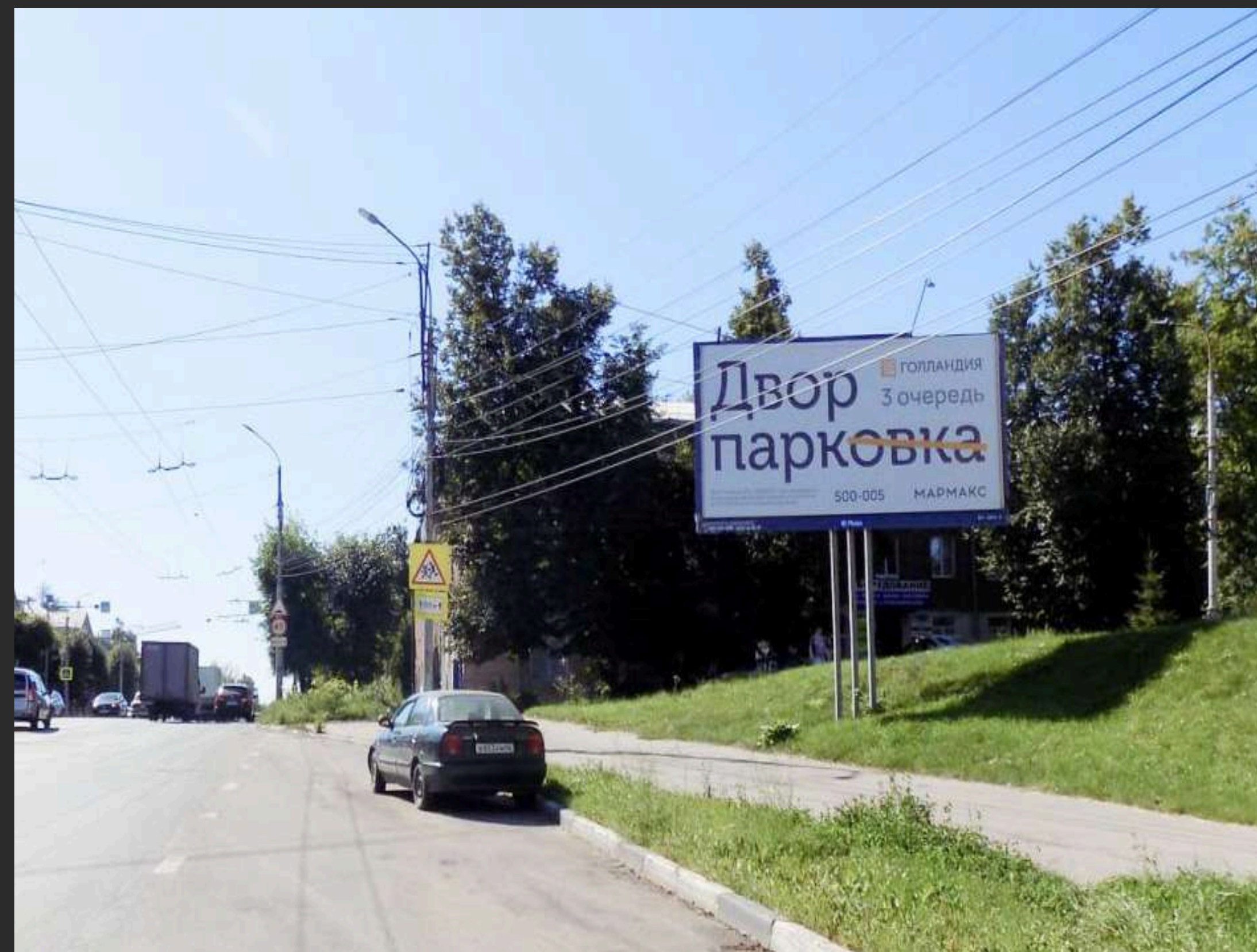
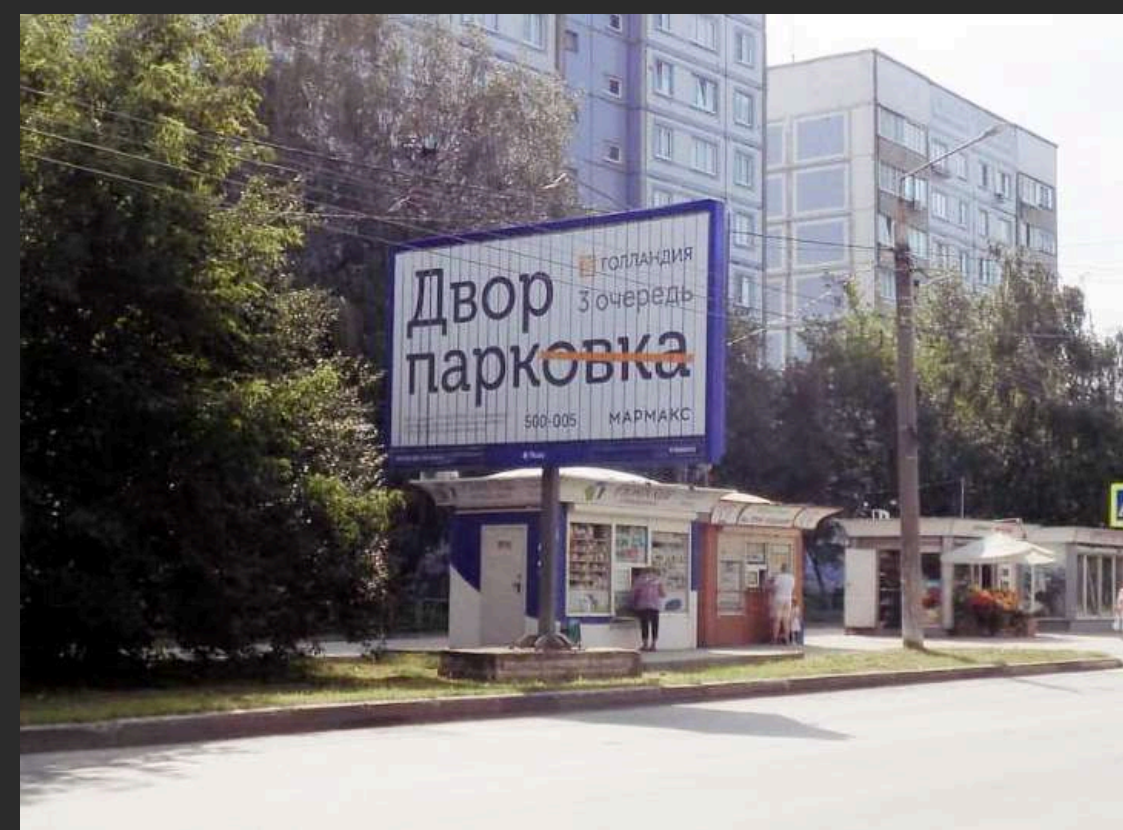
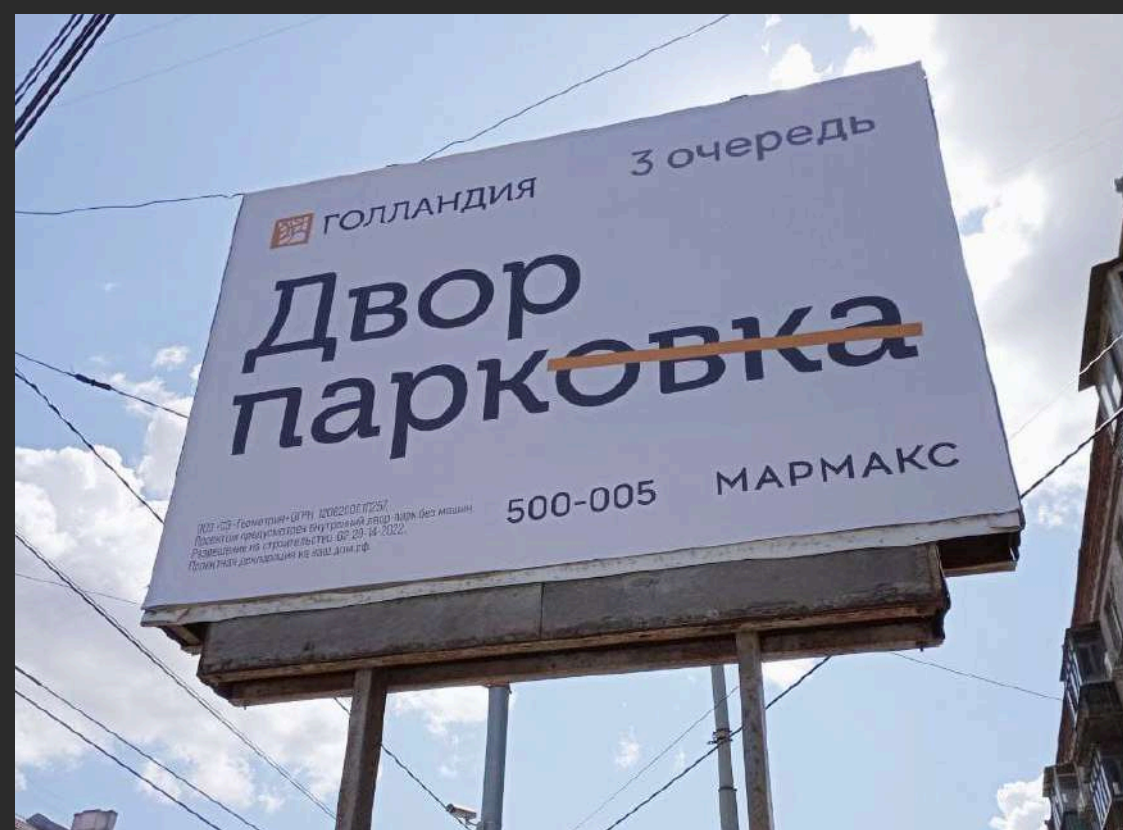
Билборды и наружная реклама — размещение рекламы на основных дорогах города Рязани в местах, где проходит поток автомобилистов и пешеходов.

02

Контекстная реклама в интернете — таргетированная реклама в поисковых системах(Яндекс) с ключевыми запросами на тему покупки жилья для семей, безопасных дворов и экологически чистых районов.



Используемые каналы коммуникации



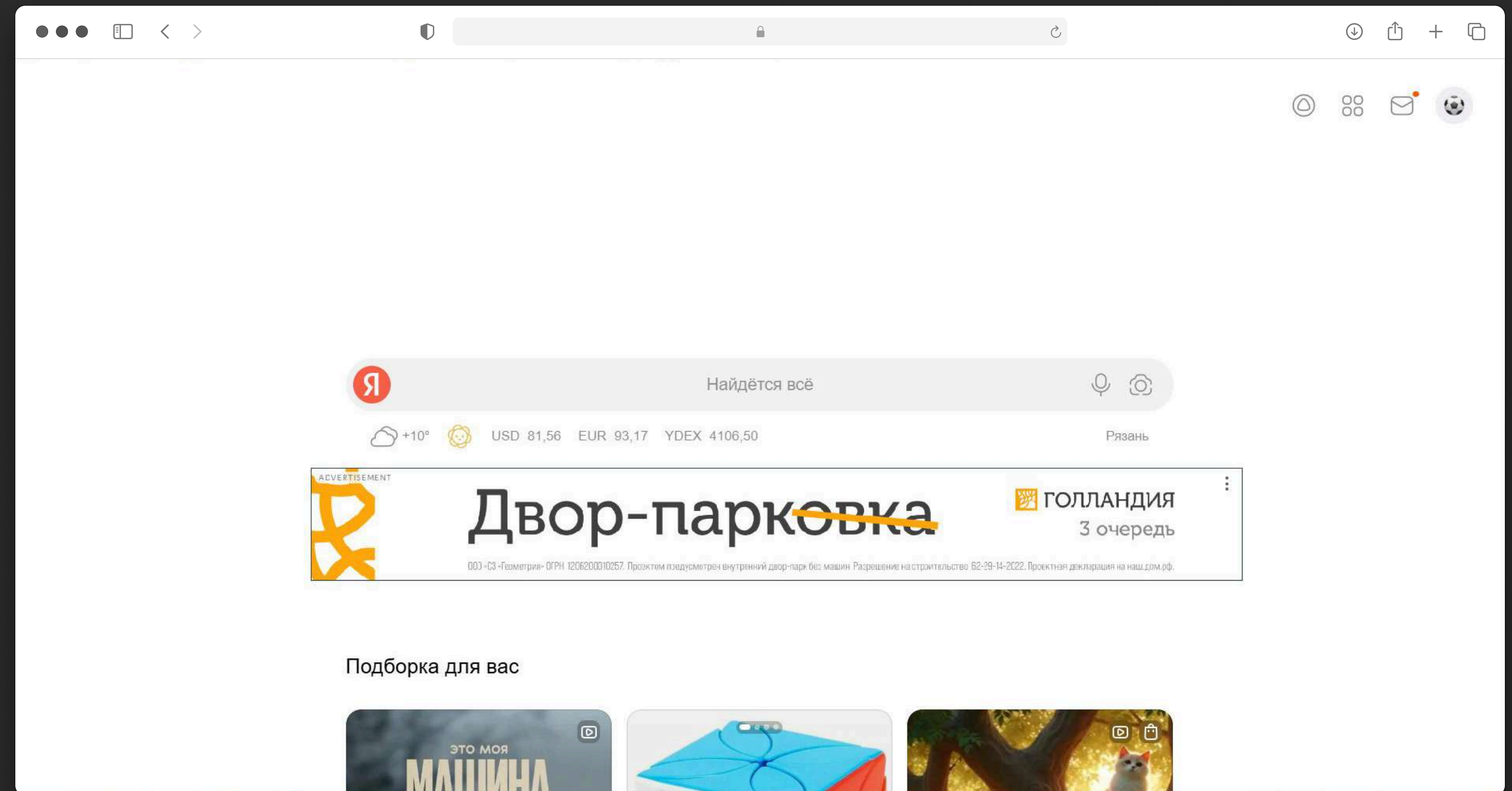
Используемые каналы коммуникации

03

Социальные сети — рекламные посты в Instagram, Телеграм и ВКонтакте, ориентированные на семейную аудиторию, с акцентом на семейные ценности, безопасность и экологичность квартала.

04

SEO и контент-маркетинг — создание и продвижение контента на тему безопасных и экологичных проектов, семейных ценностей и преимущества жизни без машин.



☰

КОМСОМЛЬСКАЯ ПРАВДА

РЯЗАНЬ

О ЧЕМ ПИСАЛА «КОМСОМОЛКА» В ЭТОТ ДЕНЬ

ФОТО

ВИДЕО

СПЕЦОПЕРАЦИЯ

ПОЛИТИКА

ОБЩЕСТВО

ЕЩЕ

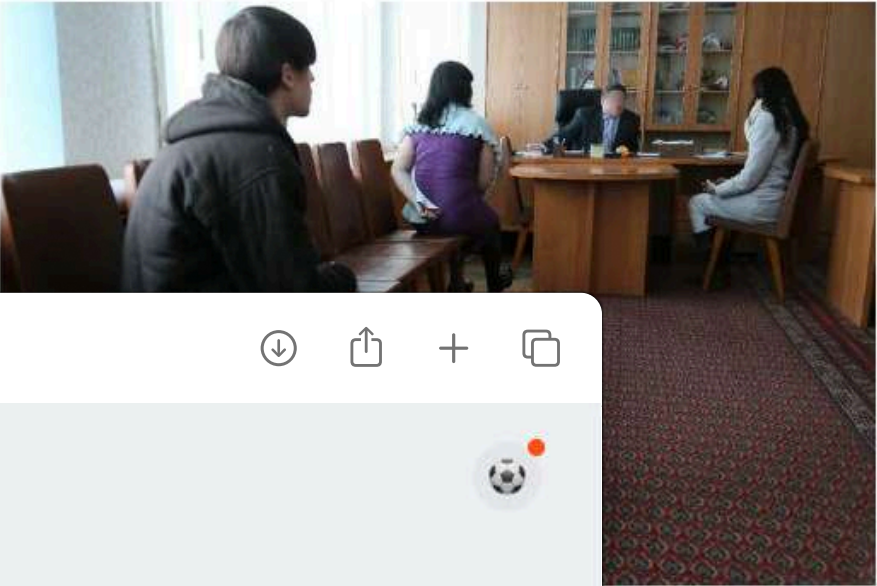
РАДИО

🔍

👤

ОБЩЕСТВО

Точки преткновения. Чиновники соцфонда лишили многодетную рязанку пенсии из-за



ADVERTISEMENT

ГОЛЛАНДИЯ 3 очередь

Двор парковка

МАРМАКС

ООО «СЗ «Голметрия» ОГРН 120200010257. Проектом предусмотрено внутреннее двор-парк без машин. Разрешение на строительство 02-29-14-2022. Проектная декларация на наш.дом.рф.

Дзен

🔍

Найти

+11° Рязань

\$ 81,56 € 93,17 🌊 63,53

Скачайте Яндекс Браузер

ГОЛЛАНДИЯ Двор-парковка

РЕМОНТ В ПОДАРОК

Готовые квартиры в ЖК «Шереметьевский квартал»

Новости

Главное Рязань 80 лет назад СВО Свежее Спорт Шоу-бизнес

СК РФ показал момент взрыва бомбы у готовивших теракт в ХМАО агентов Украины

Захарова: Запад не отреагировал на угрозы в адрес русскоязычных детей на Украине

Трамп: Путин хочет урегулировать конфликт на Украине

ФСБ рассекретила новые документы о самоубийстве Гитлера

Министр информации Пакистана: Индия планирует нанести удар в течение 24—36 часов

Ещё 5 новостей

Статьи

Дзен без рекламы

Подписка Дзен Про за 159 Р в месяц

Подключить

Браузер для быстрой загрузки сайтов

Нажмите, чтобы скачать

Установить

География кампании

Основной акцент — город Рязань, где проходит максимальный трафик целевой аудитории. Кампания также может быть расширена в другие города региона, в зависимости от динамики продаж и интереса к проекту.



Ожидаемые результаты



Повышение узнаваемости паркового квартала «Голландия» среди семей с детьми и людей, заинтересованных в экологичном и безопасном проекте



Увеличение количества обращений и запросов на покупку квартир в «Голландии».



Повышение интереса и вовлеченности через интернет-каналы, увеличение трафика на сайт проекта.



Формирование образа квартала как идеального места для жизни в Рязани, привлекающего активных и социально ориентированных граждан.



Заключение

Рекламная кампания «Двор-парковка» фокусируется на семейных ценностях, безопасности и комфорте. Мы создаем образ паркового квартала «Голландия» как места, где важен не только уют в квартирах, но и качество жизни на территории вокруг. Это предложение, которое привлекает людей, ориентированных на долгосрочные ценности и заботу о своих близких.

