

**Пыль, бетон и лайки:
«строим» соцсети красиво**

ТОЧНО

Описание проекта

**Масштаб строительства
ГК ТОЧНО – портфель на 6 млн м².
Это не типовая застройка,
а отдельные проекты в 15 городах
России с яркой продуктовой
концепцией и «легендой».**

Разумеется, у крутой концептуальной части
должна быть соответствующая упаковка.

Мы знаем и умеем показать процесс создания
продукта, результат – среду и образ жизни
в строящихся и сданных комплексах.



Задачи и цель проекта

Визуально отстроить бренд от конкурентов в нише — создать стильный контент, не похожий на остальных и достойный девелопера, входящего в топ-3 РФ.

Дополнить знание о ГК ТОЧНО как о сильном, современном бренде и компании, которая создаёт среду для высокого уровня жизни, меняет и развивает города.



Задачи и цель проекта

Для этого мы отобрали несколько релевантных подрядчиков, создали документ с прозрачным, честным и простым TOV, определили векторы создания контента.

«Герои» контента: архитектура строящихся и сданных проектов, команда ГК ТОЧНО, среда жизни и сами жители жилых комплексов.



Пример реализации

Герой – архитектура

Герои контента соцсетей ГК ТОЧНО – это участок стройки, готовый дом, двор. Они «говорят» с нами на языке геометрии и стиля в каждой линии, фигуре. Стройкой и архитектурой можно и нужно любоваться. Мы приглашаем танцора, чтобы показать контраст застывшего бетона и движения, приходим посмотреть на роспись храма, наблюдаем за строительством и ловим каждый интересный момент.



Пример реализации. Герой – архитектура

Мысли о вечном лете. Эстетика
стройки ЖК «Хозяин морей»
в солнечной Анапе.

9 784

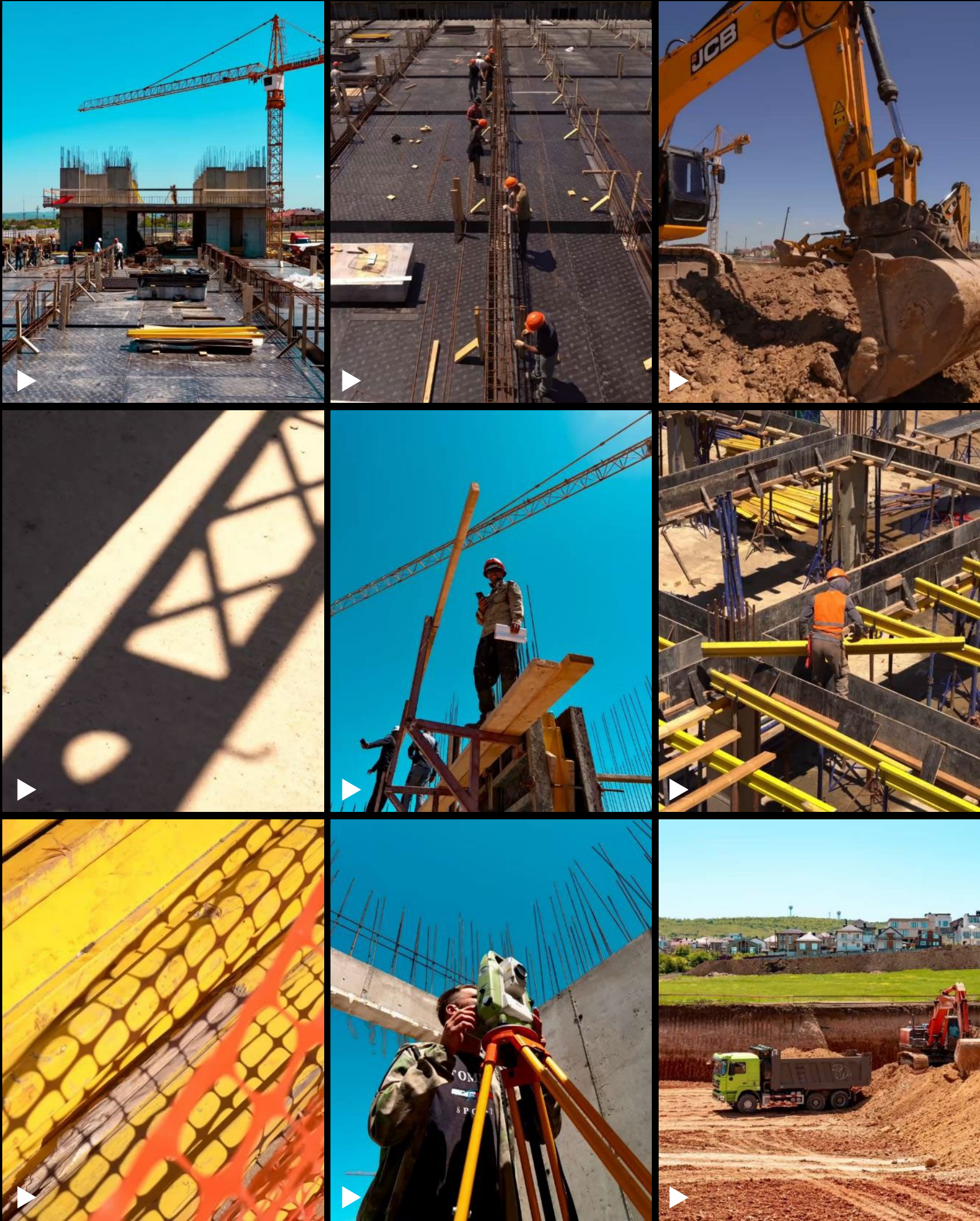
охват

130

реакций

11

репостов



Пример реализации. Герой – архитектура

Танцор в ЖК «Патрики». Музыка, движение, бетон, черно-белая графика – ничего лишнего.

11 700

охват

330

реакций

69

репостов



Пример реализации. Герой – архитектура

Храм Петра и Павла в МКР «Родные
Просторы». Красота росписи,
тишина и таинство созидания
вечного.

13 200

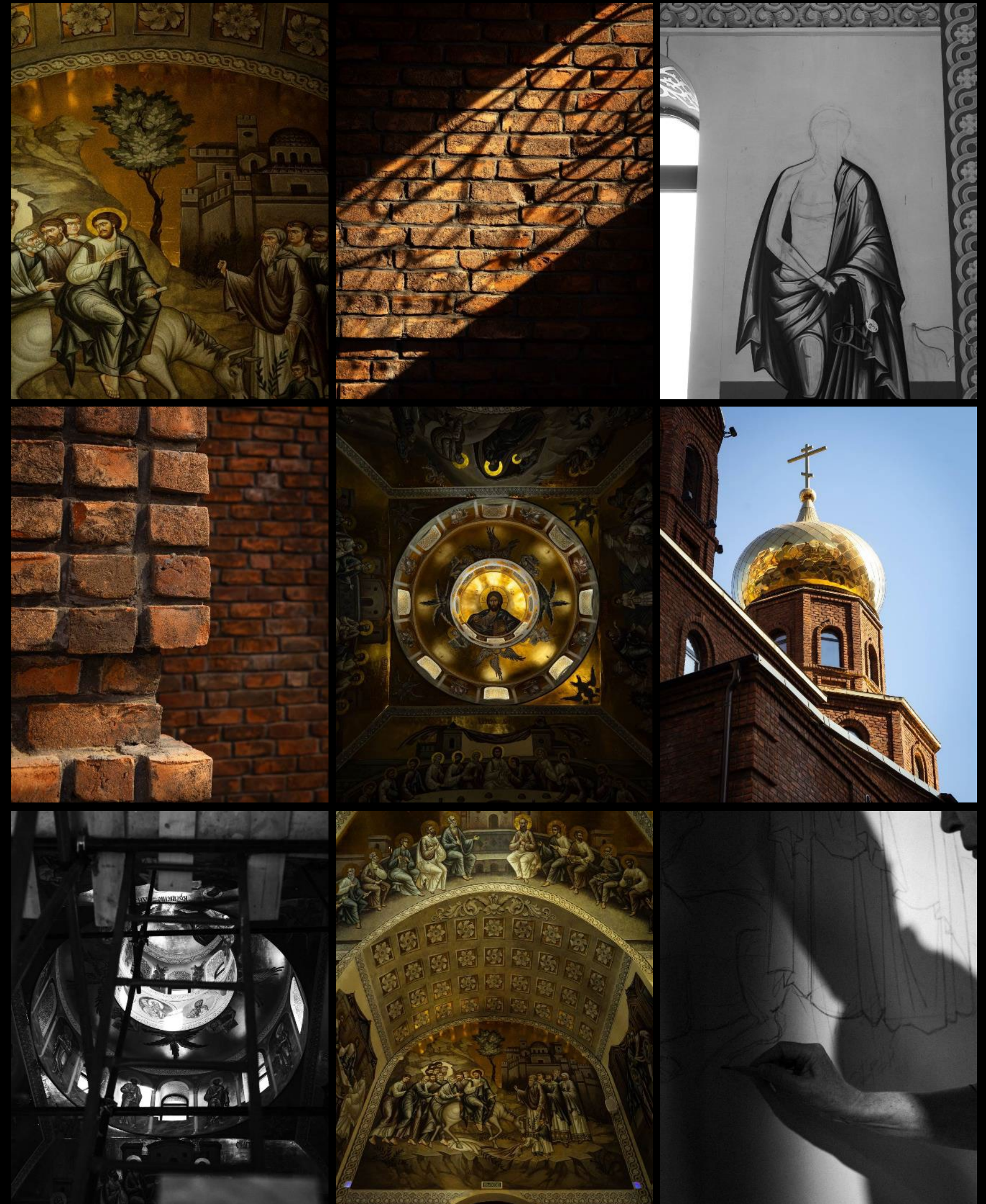
охват

380

реакций

24

репоста



Пример реализации

Герой — команда ГК ТОЧНО

Герои контента соцсетей ГК ТОЧНО — это сотрудники компании, которые любят то, что создают. Приходим в гости и делаем репортаж из кабины крановщицы, беседуем с садовниками, формирующими клумбы, даем в руки фотоаппарат архитектору и гуляем с ним по участку.



Пример реализации. Герой — команда ГК ТОЧНО

Работа садовников в МКР «Родные
Просторы». Любовь к тому,
что создаешь для людей.

9 200

охват

190

реакций

5

репостов



Пример реализации. Герой — команда ГК ТОЧНО

Ежедневная рутина крановщицы
в ЖК «Патрики». Необычное интервью
из высотной кабины.

39 000

охват

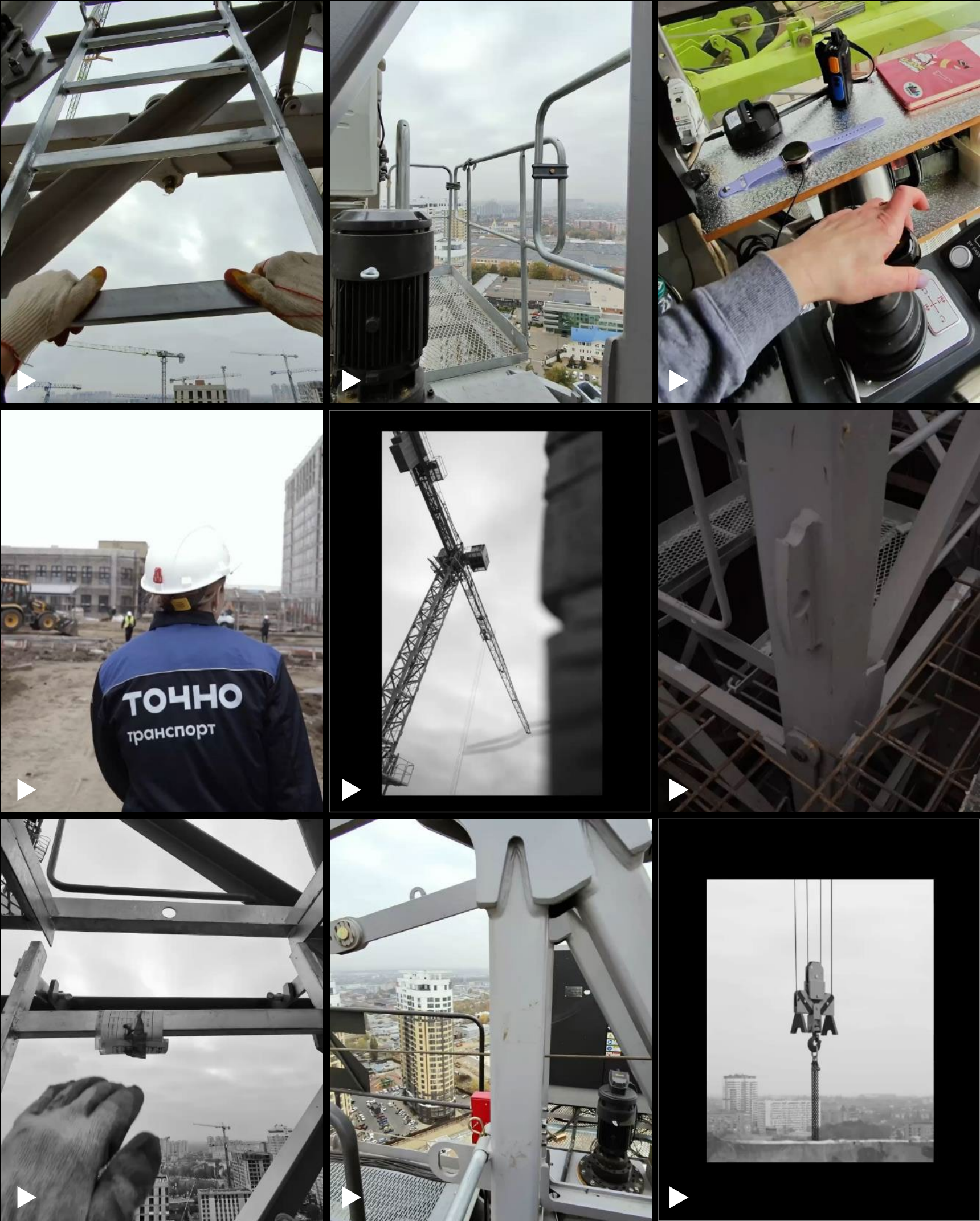
398

реакций

39

репостов

[посмотреть публикацию](#)



Пример реализации

Герой – жители и среда в ЖК

Герои контента соцсетей ГК ТОЧНО – это наши жители. Через них мы показываем образ и уровень жизни в проектах. Открываем Аллею славы бокса вместе с юным боксёром, наслаждаемся тишиной зеленого леса рядом с проектом в Сочи, гуляем по осеннему парку.



Пример реализации. Герой – жители и среда в ЖК

Стиль жизни большого микрорайона. Парк рядом с домом. Коллаборация с пабликом «Это лето, это осень». Показали разные аспекты и ракурсы жизни осеннего парка.

25 700

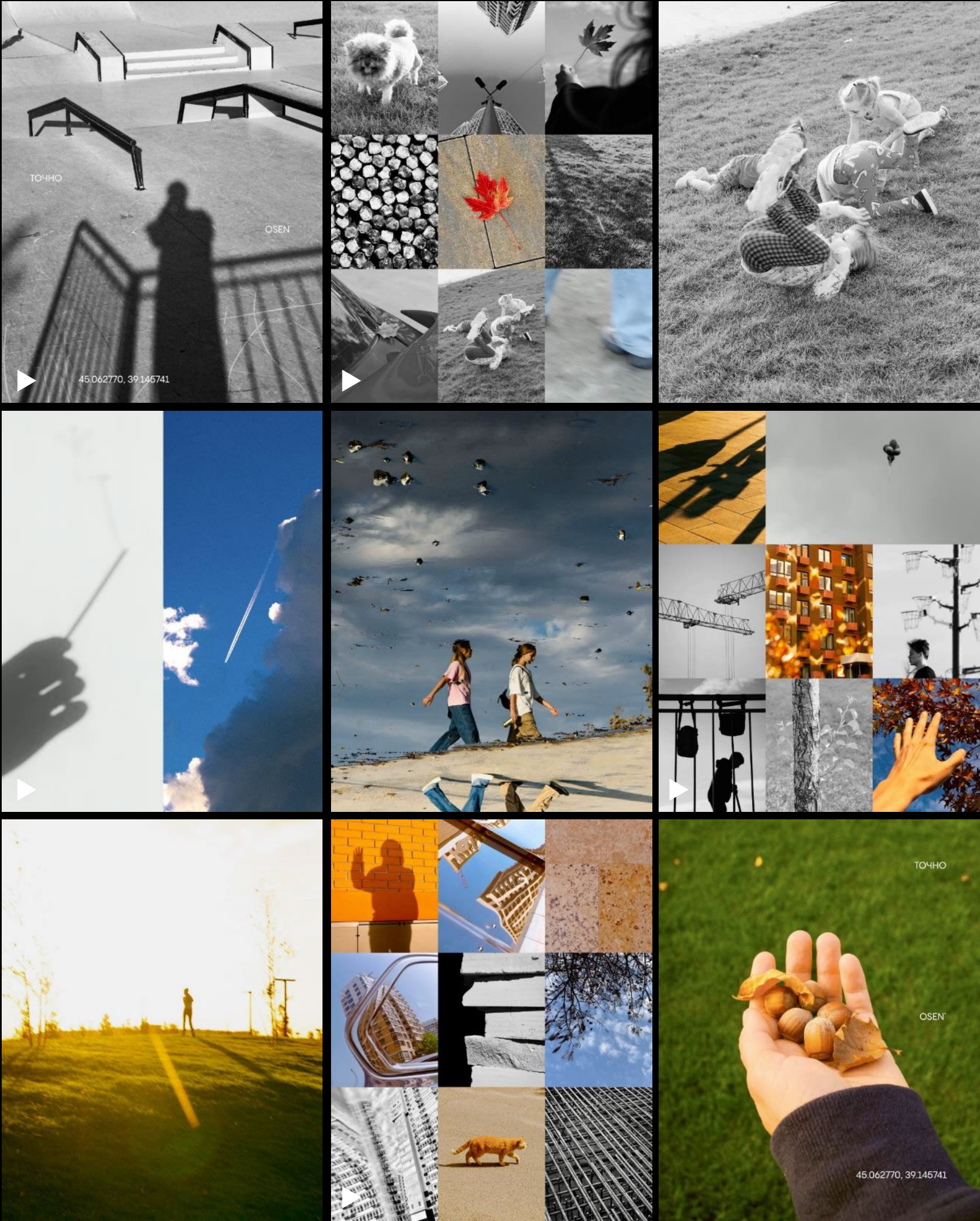
охват

1 278

реакций

47

репостов



Пример реализации. Герой – жители и среда в ЖК

Атмосфера тишины, большого пространства и покоя. ЖК «Светский лес», Сочи, коллаборация с журналом SCAPP.

11 363

охват

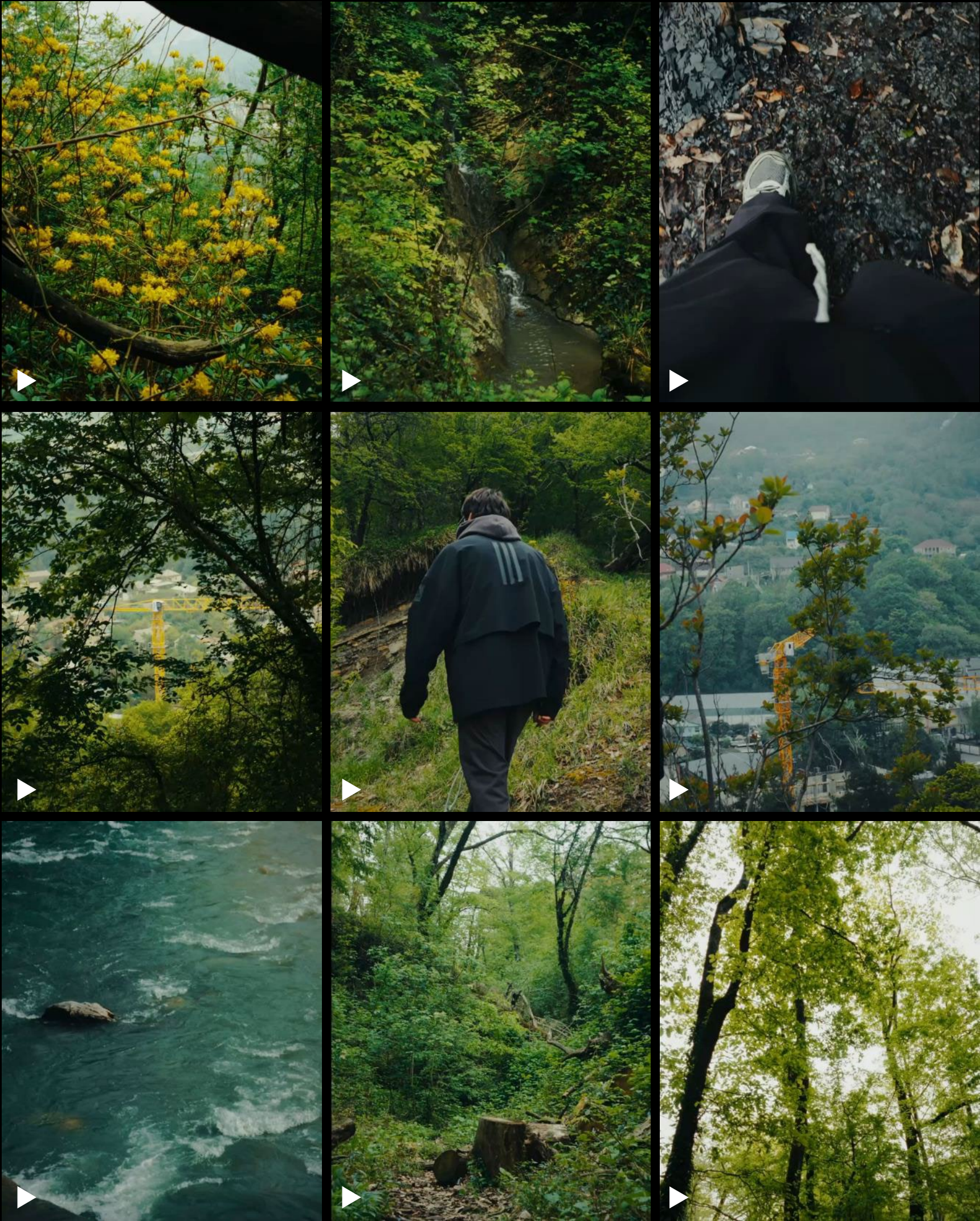
277

реакций

22

репоста

[посмотреть публикацию](#)



Пример реализации. Герой – жители и среда в ЖК

Открытие Аллеи славы бокса ЮФО
вместе с воспитанником школы бокса
рядом с ЖК «Патрики». Эмоции, азарт
поединка, селфи с Дмитрием Пирогом.

14 100

охват

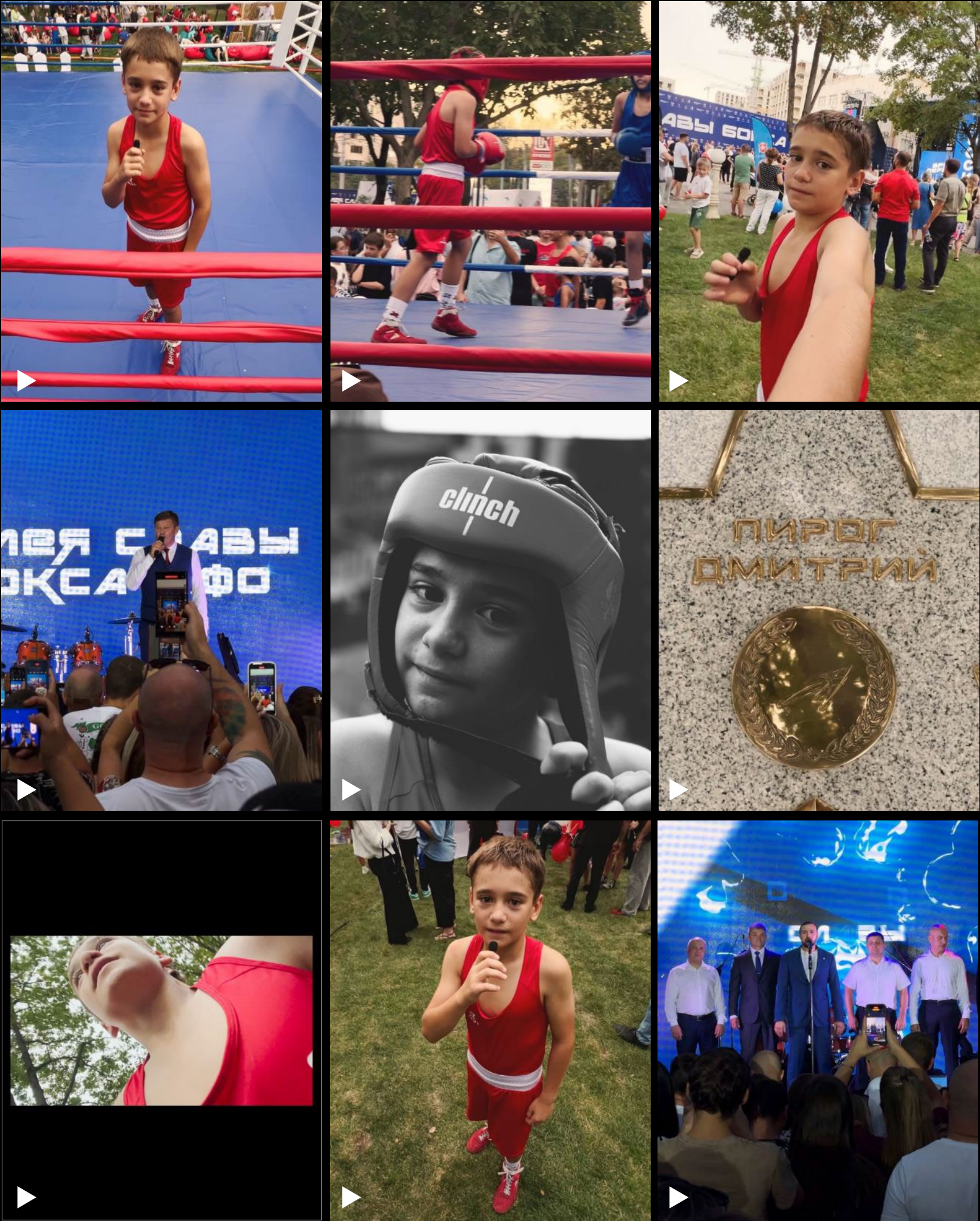
340

реакций

9

репостов

[посмотреть публикацию](#)



Итоги и результаты

Так в контенте мы соединяем искусство рассказывать историю о работе команды и продукте стильно и красиво.

Транслируем федеральный бренд ТОЧНО как современный, стильный, яркий и визуально отстраиваемся от однотипного контента других девелоперов.



4 место
заняла страница
Instagram*

[деятельность запрещена на территории РФ]

15 место
заняла страница
Вконтакте*

*по итогам 2024 года, в РФ, в своей нише, данные агентства Vrek

Итоги и результаты

от 7 000 – 40 000

диапазон охвата имиджевой публикации

(продуктовые посты
набирают около 2 000 –
3 000 охвата)

от 100–1 500

диапазон количества реакций

(продуктовые посты –
до 100 реакций)

TOHO