

WOW

**AWARDS
2025**



впереди

**Имиджевая рекламная
кампания «Лето в Городе»**

Цели рекламной кампании

Выход нового девелопера на рынок, где уже активно присутствует более 170 игроков, – нетривиальная задача. Ключевым моментом в коммуникации бренда становится эмоциональная связь с аудиторией, открытость и искренность. Здесь ставка — не на бетон и стекло, а на доверие, тепло и открытость.

Серия имиджевых баннеров «Лето в Городе» транслирует искренность, доброжелательность, смелость бренда ЛЕТО девелопмент. Готовы ли вы к лету, которое не кончается?

Целью рекламной кампании стало знакомство рынка Екатеринбурга с новым девелопером, рост уровня знания бренда и отстройка от других игроков в условия гиперконкуренции.

Философия бренда

ЯСНО + ЯРКО

Мы используем технологичный подход на всех этапах работы — от анализа и проектирования, до эксплуатации и управления после сдачи.

Это делает прозрачными, рациональными и понятными все важные аспекты, как для инвесторов и партнеров, так и для покупателей.

Нам важно чтобы человек получал удовольствие и яркие эмоции не только от процесса выбора и покупки, но от жизни в наших объектах, поэтому мы применяем творческий подход в поиске решений на всех уровнях. Продумано всё — от окружающей городской среды, образа жизни и досуга, до архитектуры, материалов, дверных ручек и температуры света.

«ЛЕТО девелопмент» — команда профессионалов, свободных от устаревших шаблонов. Мы создаем современные жилые кварталы, не боимся быть новаторами и примером для других.

Серия имиджевых баннеров «Лето в Городе» транслирует искренность, доброжелательность, смелость бренда ЛЕТО девелопмент.

BIG идея

рекламной кампании
«Лето в Городе»

воплотилась

в четырех креативах:

«Здравствуйте!» — Мы приветствуем любимый город.

«Встречайте, лето в городе» — Мы новый девелопер, которому важно, чтобы человек получал удовольствие и яркие эмоции как от процесса выбора и покупки, так и от жизни в наших объектах.

«Кто на новенького?» — Смелость и дружелюбность бренда отражены в этом рекламном слогане.

«Чтобы лето не кончалось» — Посыл транслирует положительные эмоции от коммуникации с брендом девелопера — ведь, как правило, все рады наступлению теплого сезона и хотят, чтобы лето не было мимолетным.

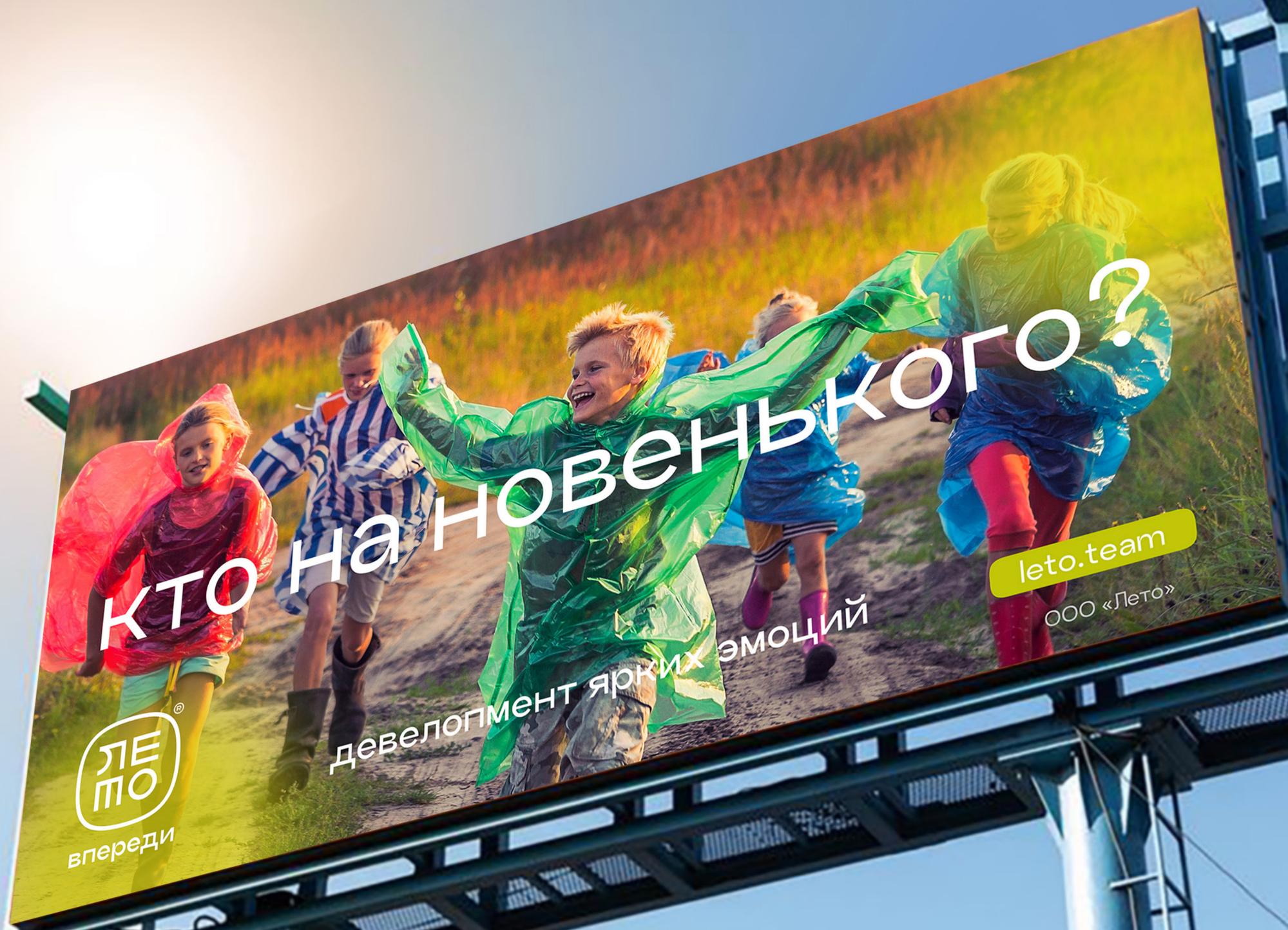
ЛЕТО®
впереди

здоровствуйте

девелопмент
ярких эмоций

leto.team

ООО «Лето»



КТО НА НОВЕНЬКОГО?

девелопмент ярких эмоций

ЛЕТО
впереди

leto.team

ООО «Лето»

ЛЕТО®
впереди

чтобы лето не кончалось

девелопмент
ярких эмоций

leto.team
ООО «Лето»

ЛЕТО девелопмент

leto.team

ЛЕТО®
впереди

встречайте, лето в городе

девелопмент
ярких эмоций

leto.team

ООО «Лето»

The billboard features a vibrant scene of a small dog sitting on a red life preserver in a body of water, with a city skyline in the background. The text is overlaid on the image, and the entire scene is framed by a yellow-green gradient.

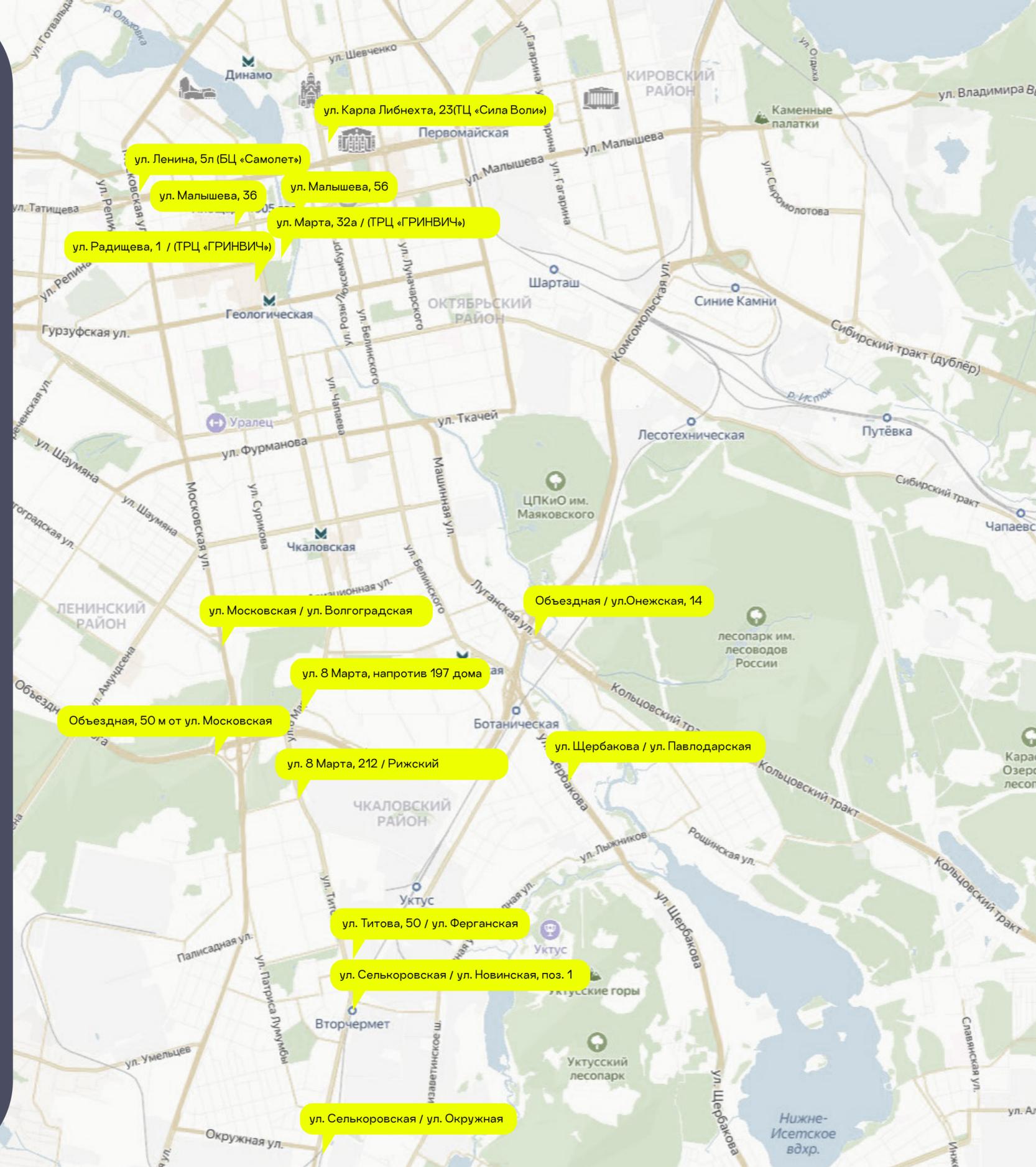
Размещение наружной рекламы

ООН –
16
конструкций

9 цифровых
экранов

7 мульти видео
экрана

Период размещения:
август – сентябрь 2024 г.



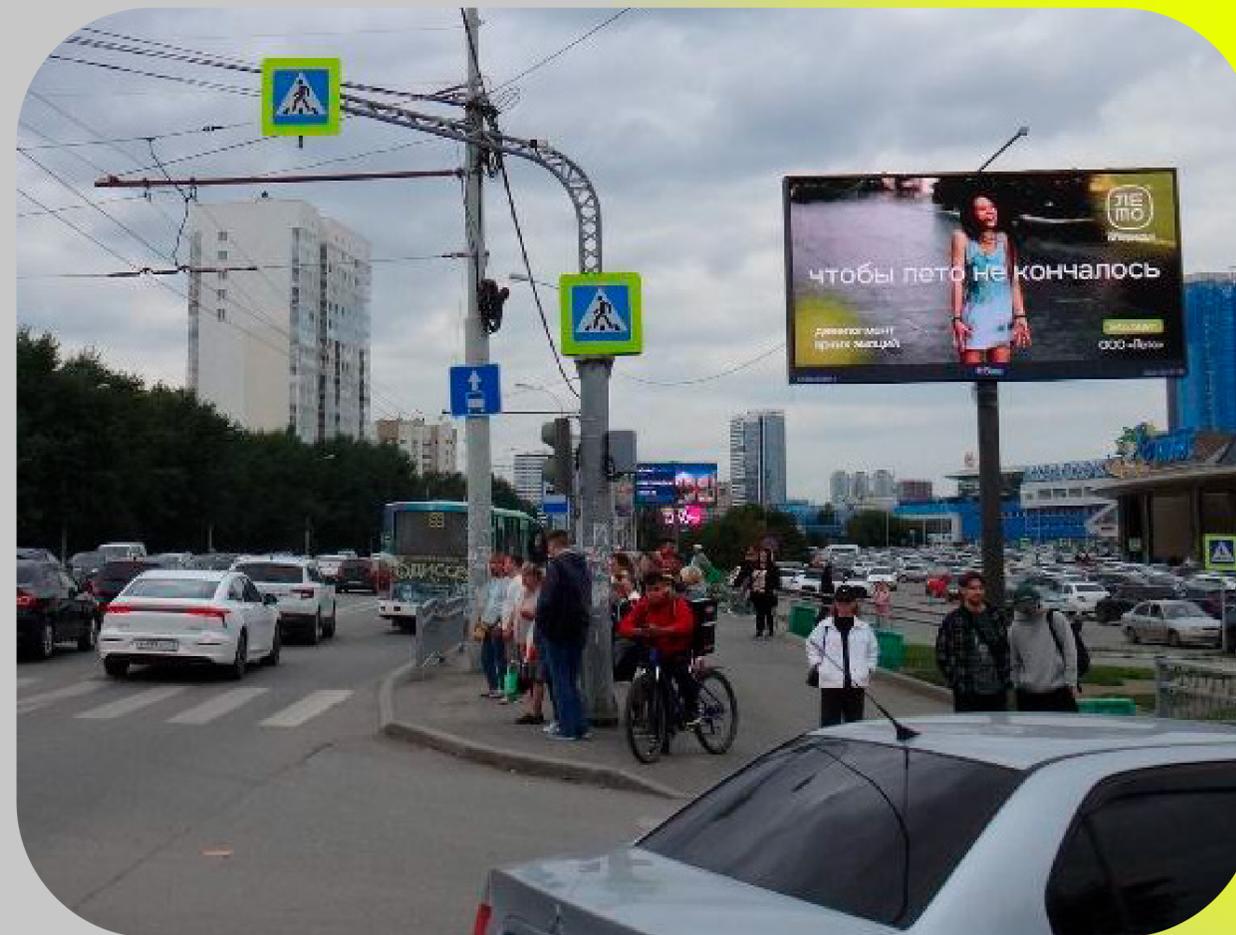
Размещение



Размещение



Размещение



Яркие и Ясные результаты

Мы стартовали с тизерной рекламой до официального старта продаж первого жилого проекта. Яркие и ясные достижения эффективности кампании отражены в следующих цифрах:

34

позиция по результатам исследования спонтанного знания застройщиков Екатеринбурга*

9,3%

по наведенному знанию*

*источник – фонд Социум.



впереди