

Springs[®]

Рекламная кампания для наружной рекламы

2024–2025

О проекте

25-этажное соло-здание в 1 минуте от Филёвского парка. В проекте представлено всего 150 wellness-резиденций премиум-класса: видовые квартиры, таунхаусы с патио и пентхаусы с роскошными террасами. Бионическая архитектура, натуральные материалы отделки, ультра актуальное техническое оснащение, собственный *Wellness*-центр с бассейном и SPA-зоной воплощены в одном доме, расположенном рядом с парками и водой.



Springs



Springs — вёсны. Множество вёсен как символ непрекращающегося возрождения, название отсылает к состоянию вечной весны.

Второе значение Springs — источники. Дом как источник жизненной энергии, вечной молодости. Вместе два значения Springs складываются в ощущение свежести, первой сочной зелени и нежных солнечных бликов.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Создать концепцию рекламной кампании для нового бренда Springs на период сентябрь 2024-март 2025 г.
Результат – key visual для ООН.

- Анонс нового бренда. Тизерность
- Считываемость рекламной коммуникации
- Сформировать интерес к проекту и полностью отстроиться от конкурентов
- Побудить совершить целевое действие – брендовый запрос в поисковой системе

Инсайт

A photograph of a thin, brown branch with several small, white cherry blossoms. The branch is positioned diagonally across the frame, starting from the bottom left and extending towards the top right. The blossoms are in various stages of opening, with some showing yellow centers. The background is a solid, vibrant teal color.

Долгие годы
массовая культура
преподносила нам
концепции жизни «быстрее,
выше, сильнее». Сегодня же
люди понимают, что главное — найти
баланс между бесконечной карьерной
гонкой и жизнью. Вести такой замедленный
и размеренный образ жизни в городских
условиях сложно. Поэтому природа является
для жителя мегаполиса главным источником
спокойствия. Ведь именно в этом, естествен-
ном природном мире, все происходит
в свое время, постепенно, в связке
единой экосистемы, где одно
не может быть без другого.

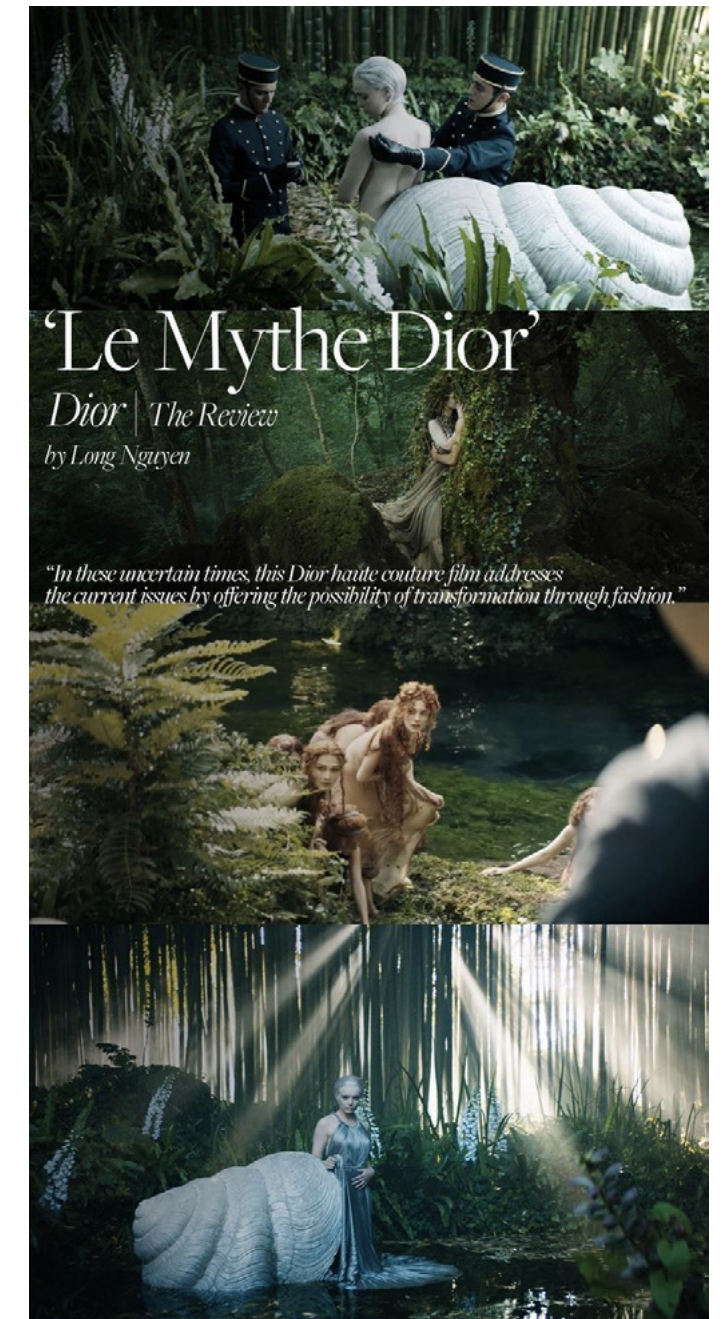
ПРИРОДА — ЭТО МЕСТО,
ГДЕ ЛЮДИ МОГУТ ЗАМЕДЛИТЬСЯ
И ПОЧУВСТВОВАТЬ ВКУС ЖИЗНИ.

КОНЦЕПЦИЯ

SPRINGS. МАГИЯ МЕСТА

Клубный дом Springs находится на пересечении парков и сказочных лесов. И, казалось бы центр города совсем недалеко, но рядом таинственный лес с прозрачными ручьями и тихими тропинками. Это ресурсное место наполнено энергией и силой – сюда хочется возвращаться снова и снова.

MOODBOARD



РАСКРЫТИЕ ЧЕЛОВЕКА ЧЕРЕЗ
МАГИЮ МЕСТА, ЧЕЛОВЕК В ПРИРОДЕ,
ПРИРОДА В ЧЕЛОВЕКЕ

МЕХАНИКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

SPRINGS. МАГИЯ МЕСТА

Флайт #1. Имиджевая кампания

Мы провели рекламно-имиджевую фотосессию в живописном Филевском парке. Этот проект был создан с целью не только заявить о новом проекте Springs, но и подчеркнуть уникальную атмосферу «магического» места, в котором он находится и через локацию раскрыть уникальное преимущество.

Филевский парк — это оазис природы в сердце мегаполиса. Мы выбрали его для нашей фотосессии, чтобы создать образы, которые отражают слияние городской жизни и природной красоты.

Результатом работы стала серия рекламных макетов, которые не только привлекают внимание, но и создают глубокую связь локации и концепции проекта.



Springs Магия места

Wellness-резиденции
в окружении Филевского парка

СПРИНГС. ВЕЛНЕС. ЗАСТРОЙЩИК ООО СЗ «СПРИНГС». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ



Springs



Магия места

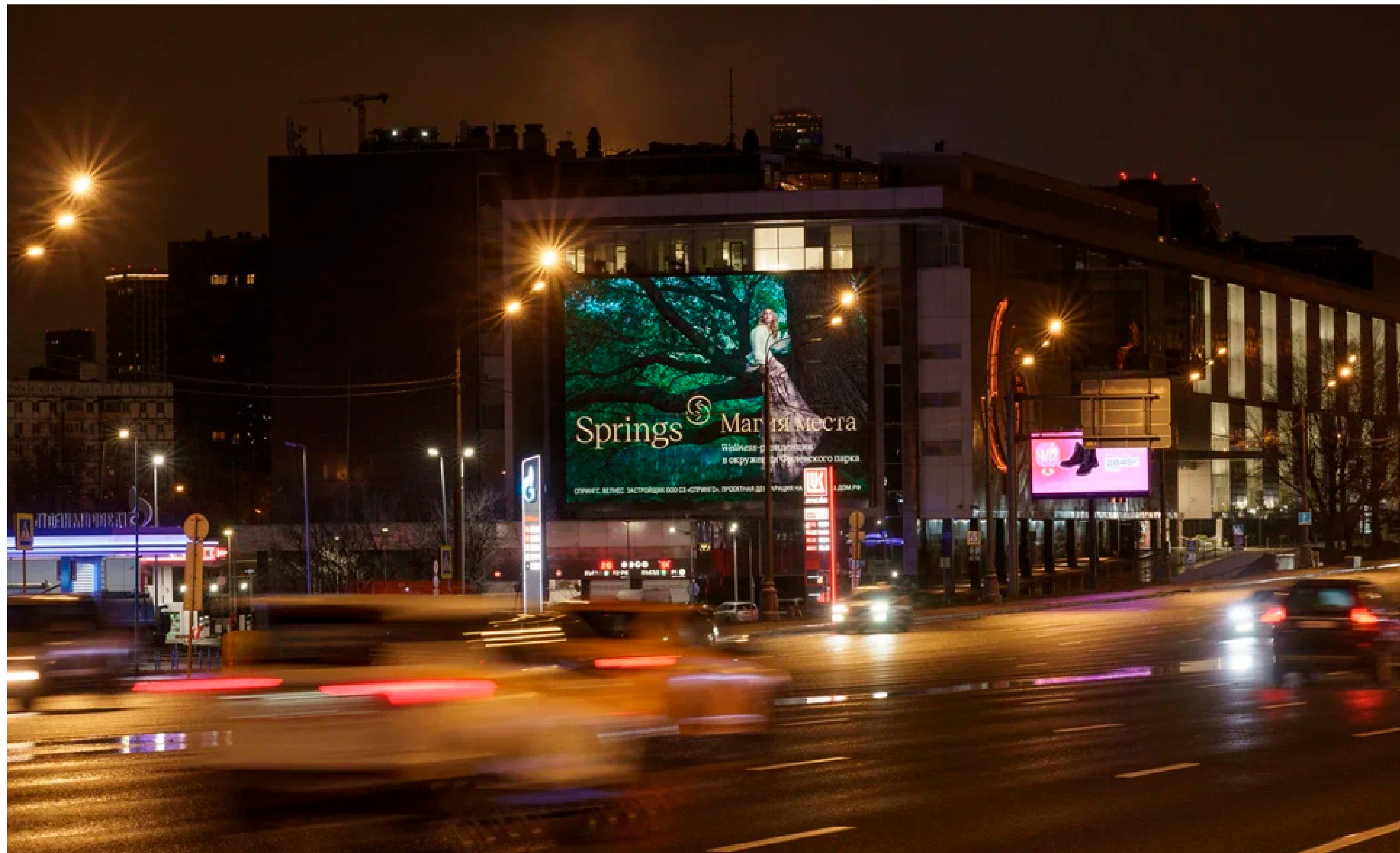
Wellness-резиденции
в окружении Филевского парка

СПРИНГС. ВЕЛНЕС. ЗАСТРОЙЩИК ООО СЗ «СПРИНГС». ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ









Мы с гордостью можем заявить, что результаты работы превзошли все ожидания. Рекламная коммуникация и запуск нового бренда на рынок недвижимости оказались не только яркими, но и поистине запоминающимися.

С первых месяцев после выхода проекта мы наблюдали значительный рост интереса к нему. Это стало возможным благодаря креативному подходу и нестандартной стратегии. В результате нам удалось полностью реализовать поставленные KPI, как по обращениям, так и по сделкам.