

# Est-a-tet

## Рекламная кампания ЖК «Скай Форт» 2013



### Условия

«Скай Форт» — жилой комплекс бизнес-класса, готовый к заселению. Проект обладает всеми атрибутами качественного дома: современные материалы, объекты внутреннего обустройства, отличная транспортная доступность, прекрасные видовые характеристики, а главное — просторные квартиры свободной планировки. Однако окружающая территория не соответствует ожиданиям покупателей в связи с наличием вокруг зданий старой застройки и отсутствием достаточного количества объектов инфраструктуры. В рамках проекта важно было сгладить недостатки расположения комплекса, сосредоточив внимание потенциальных покупателей на его уникальных преимуществах.

### Решение

Таким преимуществом, положенным в основу рекламной кампании «Скай Форт», стал большой метраж многокомнатных квартир, нетипичный для рынка московской недвижимости после кризиса 2008 года. В рекламной кам-

пании это преимущество раскрывается посредством гротеска. Первым в серии стал сюжет, герои которого увлеченно играют в футбол в своей гостиной. Парадоксальность, почти абсурдность визуального ряда привлекает внимание зрителя, способствуя запоминаемости рекламного сообщения. Слоган «Есть где разыгаться» отражает ключевое преимущество комплекса и доносит мысль о готовности дома, что немало важно, учитывая, что основной объем продаж квартир начинается на стадии проекта и приобрести сегодня готовую квартиру — большая удача. Это еще один важный аргумент в пользу покупки жилья в комплексе «Скай Форт».

### Результат

Преимущества комплекса показаны «изнутри», что редкость для рекламы объектов недвижимости. Уникальное сообщение и нестандартное визуальное решение выигрышно выделяют рекламу жилого комплекса «Скай Форт» среди конкурентов и способствуют его эффективному продвижению на рынке московской недвижимости.

