

Донстрой

рекламная кампания 2011

Условия

Компания «ДОН-Строй» – один из лидеров московского девелоперского рынка. Основанная в 1994 году, компания зарекомендовала себя успешным оператором рынка элитной недвижимости. Такие заметные проекты, как «Алые паруса», «Воробьевы горы», «Триумф-Палас» и другие, сделали имя компании синонимом успеха и процветания. После критического для всего рынка недвижимости кризисного периода 2008-2009 годов «ДОН-Строй» стал одним из немногих его «китов», способных к масштабному восстановлению своей деятельности. Цель кампании 2011 года – ревитализация коммуникаций бренда со всеми его аудиториями, в первую очередь – покупателями жилой недвижимости бизнес- и премиум-класса.



Решение

На основе анализа предшествующего опыта рекламы квартир в новостройках бизнес- и премиум-класса, а также многочисленных связанных с ней креативных подводных камней разработан предельно внятный образ. Ключ в замке квартирной двери с неожиданным брелком, который в метафорической форме сообщает зрителю о достоинствах того или иного рекламируемого здания, был признан на фокус-группах идеальным воплощением эмоций покупки новой квартиры в элитном доме. Слоган «Решение в... ключе», модифицируемый в зависимости от преимуществ каждого рекламируемого объекта, расширяет смысл и значение образа в соответствии с актуальными маркетинговыми задачами.



Результат

В ходе работы над проектом созданы серия билбордов, радиореклама, реклама в прессе, интернет-баннеры. За счет гибкости концепции в рекламных продуктах удалось охватить все актуальные объекты продвижения «ДОН-Строя», а также обеспечить креативную базу для полноценной реализации плана рекламной активности на весь 2011 год.