

Дерзкий стенд

на 100+

TECHNO
BUILD

Номинация: бренд-зона

WOW AWARDS – 2024

PROGRESS

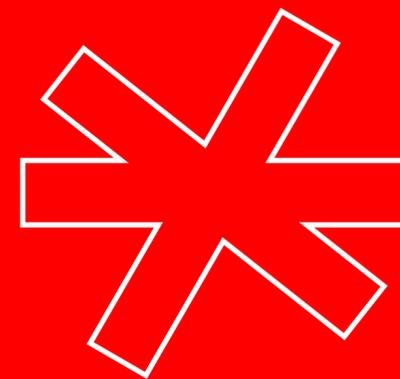
* DERZKIY
DEVELOPER

Цели

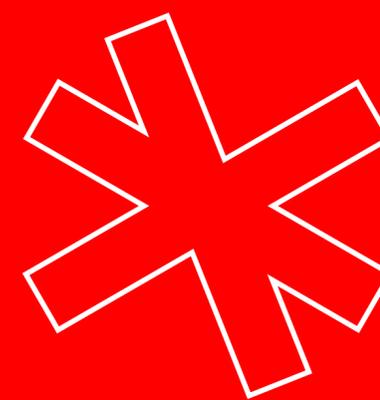
Повысить узнаваемость
бренда PROGRESS



Произвести WOW-эффект
и запомниться зрителям



Создать точку притяжения
и зону для нетворкинга





Настало время дерзких решений!

PROGRESS — компания, у которой есть свой яркий, узнаваемый почерк.

На главном строительном форуме «100+» мы поставили перед собой цель — создать точку притяжения и зону для нетворкинга, познакомить как можно больше гостей с нашим брендом.

3 уровня погружения в PROGRESS

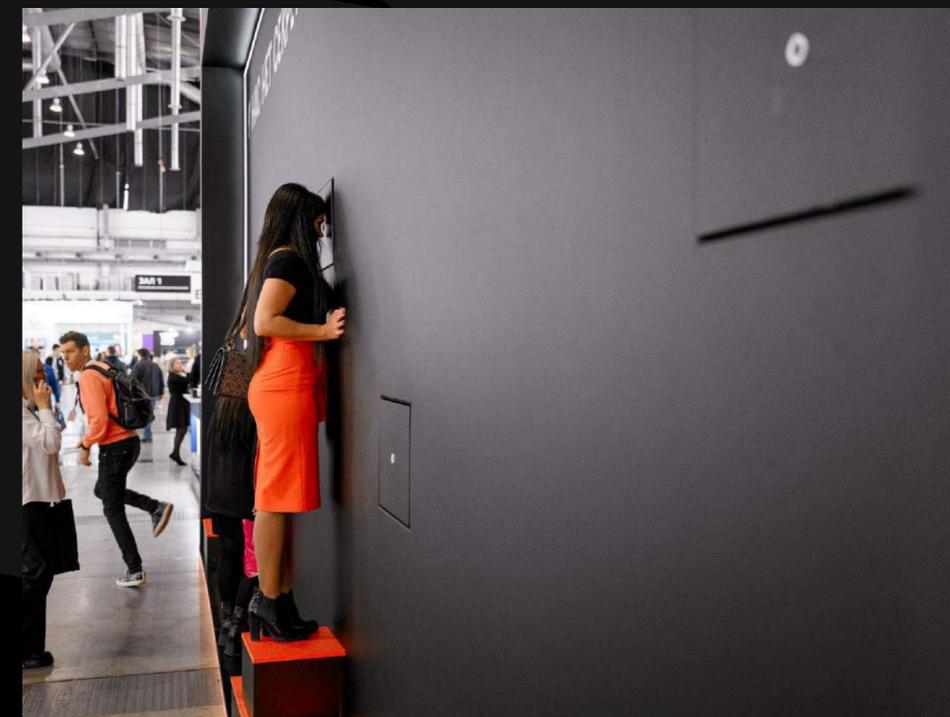
Мы понимали: форум «100+» — событие, где каждый решает свои задачи. Кто-то располагает временем и открыт к диалогу, а кто-то к этому не готов. Поэтому мы предусмотрели три уровня погружения и знакомства с брендом.

Level 1



«Подсмотреть одним глазком»

Для гостей, которые не располагают временем, мы сделали пять отверстий с глазками на разной высоте боковой части стенда. Любой желающий мог ненадолго подойти, чтобы утолить своё любопытство и посмотреть в дверной глазок.



Что же зрители там увидели?

За каждым глазком скрывался экран. На нём транслировалось видео, посвящённое одной из тем, связанных с компанией:



Жилой комплекс «Атмосфера»



Жилой квартал Amundsen



Проекты линейки PRO LIFE



Компания PROGRESS



Виктор Тарасенко, основатель и президент ГК «Прогресс»

Стена пользовалась большой популярностью. Многие гости, посмотрев в один глазок, не могли устоять и отправлялись исследовать другие. После такого неординарного знакомства зрители заходили в гости на коктейль и попадали на...

Level 2 ○ ● ○

«Первый шаг навстречу»

Второй уровень погружения – ресепшен. Здесь очаровательные, дерзкие эксперты рассказывали всё о компании PROGRESS и её проектах.



Level 3 ○ ○ ●

«Глубокое погружение в PROGRESS»

Основная часть аудитории предпочла именно этот уровень, и мы их понимаем. Нам удалось создать стильное пространство, где можно отдохнуть, провести нетворкинг, угоститься авторскими коктейлями и попробовать PROGRESS на вкус.



С помощью концептуального меню гости знакомились с проектами компании PROGRESS, а девушки-эксперты могли провести консультацию прямо за столиком.

Большинство позиций меню бесплатные, но были исключения: два эксклюзивных коктейля, при покупке которых клиенты получали квартиру в подарок.

После выбора напитка гости отдыхали за столиками, наслаждались коктейлями и десертами, а также выстраивали полезные знакомства с коллегами по цеху.



Дополнительные активации бренда,

или 4 причины, почему нас отмечали в «нельзяграм»

Причина № 1

Огромный угловой экран с 3D-анимацией на фасаде

Такой только у нас и Канье Уэста

На нём демонстрировались визуализации наших проектов, слоганы компании, а также 3D-ролик с красной уткой – маскотом компании. Такое эффектное мультимедиа-наполнение привлекало зрителей с разных уголков Экспо и отлично работало в качестве фотозоны. **WOW**-эффект был обеспечен.



Причина № 2



Авторская подача коктейлей

Для каждого напитка была разработана эффектная подача: с тяжёлым дымом, сладкой ватой или резиновой уточкой. А ещё мы угощали гостей печеньем с предсказаниями.

Как показала практика, люди любят делиться знаками судьбы. Ну как такое не выложить?



Причина № 3

Это потому, что мы чёрные?!

Или размер имеет значение

Несмотря на компактный размер выделенной площадки, она была задействована по максимуму. За счёт высоты стенда и грамотного брендинга мы выгодно выделялись на фоне коллег по цеху.



Причина № 4



Подписывайтесь на канал, ставьте лайк

На всех поверхностях нашего стенда мы разместили брендированные кубы с QR-кодами, которые вели на соцсети и сайт компании PROGRESS. В эти дни подписчиков у нас значительно прибавилось.



Результаты:

Тысячи выпитых коктейлей, 126 372 просмотра в новостной ленте, 700 новых подписчиков, 1 утка, которая так запала кому-то в сердечко и не вернулась.

За 4 дня 2900 человек прошли через полное погружение и знакомство с брендом компании PROGRESS.



PROGRESS



**DERZKIY
DEVELOPER**