



Культура

# «КУЛЬТУРА» В ЛИЦАХ

НОМИНАЦИЯ:

рекламная кампания





**С 2017 года** строим дома-сообщества под брендом «Культура». **Создатели первого** дома-сообщества с соседским центром на ДВ.



**Культура**



**Знакомим соседей** на этапе строительства дома. **Организовываем события для жителей** – пикники, вечеринки на крыше дома, литературные вечера, спектакли, походы в кино.



**Культура**



**Регулярно действующие клубы –**  
йога, растяжка и силовые тренировки.



**Культура**

▶ Дома проекта «Культура» известны в Хабаровске. За последние 2 года в нашем городе появилось большое количество застройщиков.

▶ Реклама у всех одинаковая. Каждый девелопер на макетах демонстрирует рендеры: внешний вид дома, места общего пользования или квартиры.

▶ Для хабаровчан это выглядит, как инфошум. Визуалы выстроены вокруг крыш, окон, дверей и дворов.

Задача –  
**выделить бренд**  
**«Культура»**,  
отстроиться  
от конкурентов



**Культура**

# КОНЦЕПЦИЯ

**Наши настоящие жители –**

главные герои рекламы,

**а не стоковые изображения**

с людьми, у которых наигранные улыбки



Культурожители поделились основными преимуществами, почему они выбрали жизнь в «Культуре».

1. Определили основные неповторяющиеся тезисы.
2. Построили Рекламную Кампанию.



**Культура**

В рекламной кампании принимали участие и управляющие партнёры компании «ДА!Девелопмент» – Денис Грось и Андрей Безверхов с семьями.

Генеральные директора тоже живут в домах проекта «Культура».



## Культура



Рекламная кампания стартовала

**1 апреля**

и завершилась в конце мая  
2024 года



Культура

**26 участников-  
жителей**

или 10 семей приняли  
участие в рекламной кампании



СРОКИ РК,  
КОЛИЧЕСТВО  
УЧАСТНИКОВ

# ДИЗАЙН ХУДИ

- ▶ Жителей фотографировали в брендированных худи
- ▶ Дизайн худи разработал российский бренд одежды с собственным производством и оффлайн магазином в Хабаровске «Lubim». Его владелица тоже является жительницей дома «Культура»



**Культура**



LUBIM  
ЖИТЬ  
в  
Культуре

# ОСНОВНЫЕ СООБЩЕНИЯ, ИДЕИ, ФОРМАТЫ



## Культура

Здесь  
здорово

жить  
и взрослым,  
и детям 👤👤👤



Крамаренко Ульяна  
с сыном Даником  
будущие жители дома  
"Культура Классика"



Культура

Виды из окон

моего дома  
прекрасны 🏡🏡🏡



Андрей и Ольга Волошины  
с сыновьями Мишей и Артемом  
дольщики дома "Культура Гармония"



Культура

Стильный дом

с красивыми  
закатами  
на крыше 🌅🌅🌅



Алексей и Елена  
Горбань  
жители дома "Культура"



Культура

"Культура" –

дома  
для классных  
людей ★★



Кирилл и Елена Дёмкины  
дольщики дома "Культура Классика"



Культура

# Строим дома

## И САМИ ЖИВЁМ

 В НИХ



### Культура



Андрей и Анастасия Безверховы  
с детьми Богданом и Дианой  
управляющий партнёр "ДА!Девелопмент",  
жители дома "Культура"

**Мне нравится,**

что в квартале  
 **МНОГО ЗЕЛЕНИ**

**Карпова Анна с дочерью Мелиссой**  
жители таунхаус-квартала  
"Культура.Клуб"



**Культура**

# Терраса

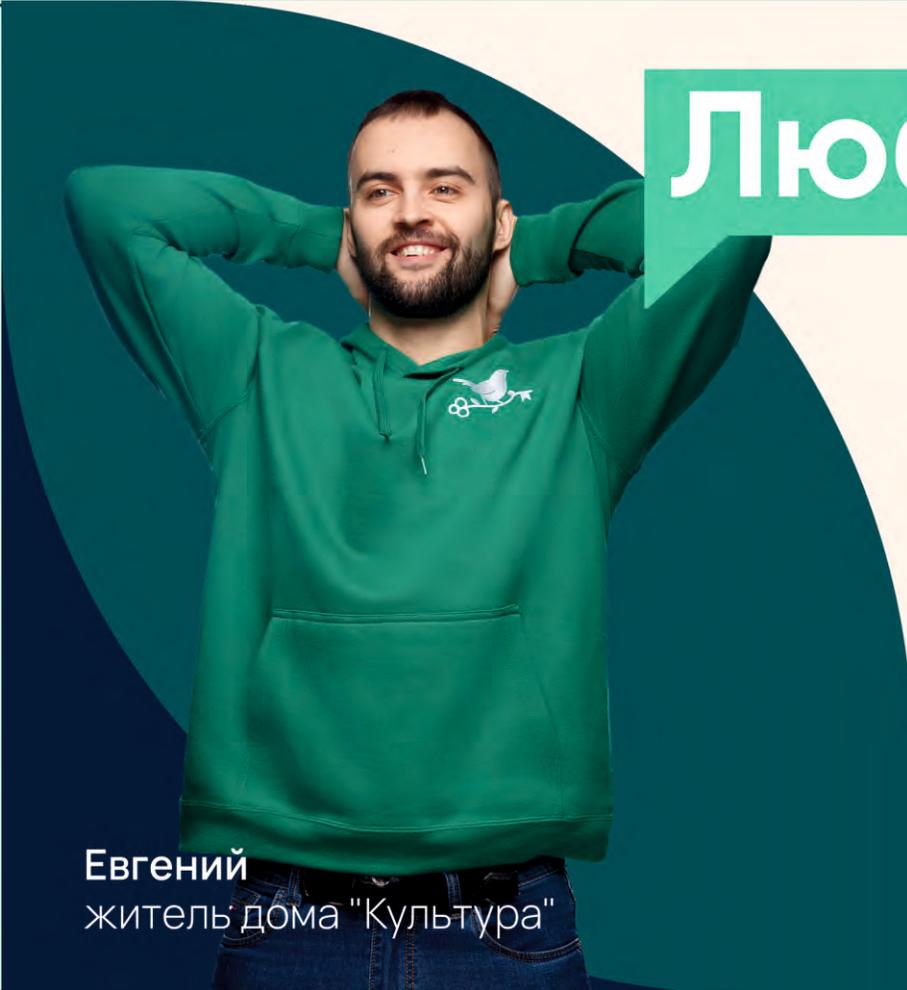
на крыше нашего  
таунхауса  
прекрасна



**Николай и Екатерина Мальцевы**  
дольщики таунхаус-квартала  
«Культура.Клуб»



**Культура**



# Люблю отдыхать

на крыше

 нашего дома

Евгений  
житель дома "Культура"



Культура



Денис и Елена Грось с детьми  
Яромиром, Мирославом и Дариной  
управляющий партнёр "ДА!Девелопмент",  
жители дома "Культура"

# Строим дома

## И САМИ ЖИВЁМ

 В НИХ



### Культура

Not just a  
house –

It's a HOME\* 

\*Это не просто дом - это настоящий дом



Культура



Залина Замчалова  
с дочерью Миланой  
жители дома "Культура"



Культура

## МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

1.

Наружная  
реклама

2.

Социальные  
сети

3.

Контекстная  
реклама

# РЕЗУЛЬТАТЫ

- ▶ Нам удалось не только отстроиться от конкурентов, но и повысить узнаваемость бренда «Культура» в интернет-медиа. Сработал вирусный маркетинг.
- ▶ Жители-участники начали делиться фотографиями с билбордами в своих соцсетях. Их друзья и знакомые стали обращать внимание на билборды, фотографировать их и пересылать своим знакомым.



Культура

# ОХВАТЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

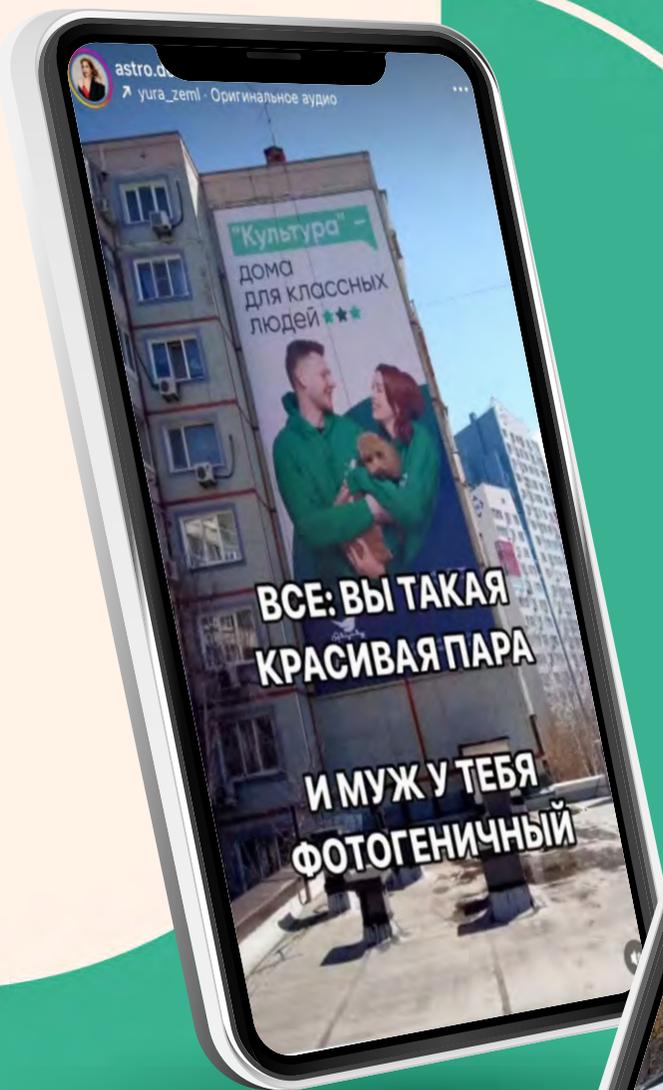


## Культура

► **10 самых медийных жителей** рассказали о своем доме в соцсетях, **суммарный охват их подписчиков** свыше **45 000** людей.

► После этого мы **получили 19 заявок** на просмотр от очень лояльных клиентов, доверяющим героям нашей кампании





Культура



Культура