



ак барс гом

**МУЛЬТСЕРИАЛ  
«ДОМА У САДА И НОВЫЙ СВЕТ»**

# Презентация. Мультсериал



<p><b>01</b> Общая рыночная ситуация, связанная с компанией/проектом (исследования рынка, аналитика, прочие данные, используемые при разработке креативной концепции, послужили для ее обоснования, защиты)</p>	<p>Старт продаж новых ЖК: необходимо было вовлечь аудиторию в философию проекта нативно, создать развлекательный контент ежедневного потребления, который легко погружал бы аудиторию в преимущества жилых комплексов.</p> <p>Был поставлен план продаж за год (1000 квартир) - был выполнен в том числе благодаря брендовому продвижению героев мультсериала.</p> <p>Впоследствии эти герои были оформлены как mascots бренда Ак Барс дом и партнерских компаний (УК Всегда рядом): использование в рекламных кампаниях, на сайте, в оффлайн-табличках во дворах, как персонажи фотозон на мероприятиях, а также в символику сувенирной продукции.</p> <p>Персонажи мультсериала вживаются в жизнь клиента в долгосрочных касаниях с продуктом Ак Барс дом.</p>
<p><b>02</b> Какие задачи нужно было решить, какие цели ставились</p>	<p>Задача: Нативно и легко рассказать про новые проекты Ак Барс дом и их преимущества.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• повысить охваты публикаций, ведущие к продажам</li><li>• создать бренд-ассоциацию с героями</li><li>• показать через иллюстрацию портреты целевой аудитории</li><li>• повысить узнаваемость суббрендов ЖК Новый свет и Дома у сада</li></ul>
<p><b>03</b> Какие средства были выбраны, в чем новаторство</p>	<p>Креативный подход в информировании преимуществ ЖК.</p>

# Как мы к этому пришли...



- В конце 2022 года мы решили поддержать тренд с вирусными короткими роликами в стиле Авиасейлс - **создать контент, легко вписывающийся в ленту социальных сетей нашей аудитории.** Первоначальной задачей было сгенерировать **вирусный контент.**
- Мы разработали **уникальных персонажей в соответствии с портретами нашей ЦА.** Через персонажей разного возраста, пола, характера и увлечений мы показали **применимость территории ЖК и внутренних пространств под абсолютно разную ЦА.** Сначала наша первая мульт-семья поселилась в ЖК Дома у сада, а как только нам поступила задача на продвижение вновь строящегося ЖК Новый свет на соседней территории, то в сюжет была введена вторая мульт-семья с характеристиками ЦА нового проекта.
- В процессе разработки первого сценария, раскрывающего преимущества ЖК, мы вынуждены были скорректировать вектор изначального формата - короткий ролик просто не успевал погрузить зрителя в контекст преимуществ. История казалась нам незаконченной - так родился тот формат, который вот уже второй год радует аудиторию наших социальных сетей. Это тонкая **грань между ненавязчивым сторителлом (вирусность, нативность) и четким последовательным конкретным повествованием (раскрытие преимуществ).**



## Как мульт-персонажи раскрывают конкретные УТП, влияющие на продажи

- Персонажи создавались так, чтобы мы имели **перспективу развития сюжета**. Так в Домах у Сада у нас есть активный Сын, который посещал и **айти-детсад, так и школу** в Домах у сада. Сын очень рад иметь классных друзей во дворе, а также сравнивает **детские площадки в ЖК** и отсутствие места для безопасных игр в частном доме.
- Бабушка в одной из серий поделилась как здорово отдыхать в саду в Домах у сада, а не полоть грядки на даче - ведь в Домах у сада **все под рукой**, и магазин “Четверочка” со свежими овощами, **а сад - только для отдыха**.
- Папа рад тому, что в своей квартире **не нужно тратить большое количество ресурса на ремонт**, как если бы они жили в своем доме, а также, что **каждому в трехкомнатной квартире есть свое место**.
- Мама спокойна за **безопасность** и легко может выделять **время на личные дела и заботу о близких** - ведь **все рядом**, это дарит ей больше свободного времени и уменьшает переживания за своего ребенка.
- Семья счастливо справляет праздники с соседями: новый год, первое сентября. **Управляющая компания раскрывается в сюжете как помощники жизни в ЖК**.
- Истории меняются, одно остается неизменным: **домашний Кот, который стабильно попадает в курьезные ситуации** и очень мечтает вырваться из квартиры. И однажды ему это удастся - так он становится ключевым звеном, знакомящим нас с новой мульт-семьей ЖК Новый свет. Молодая пара, ожидающая рождения дочки.

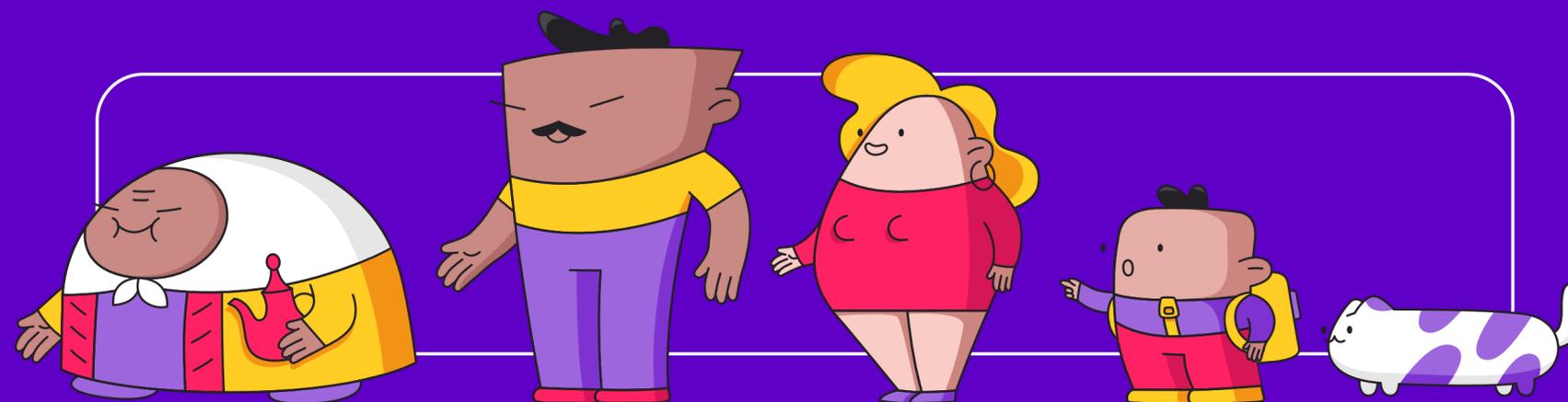
# Персонажи ЖК Дома у Сада

Семья, переехавшая в просторную квартиру в Домах у Сада.

**Папа** - айтишник, работает в центре Казани и очень рад, что в Домах у садах предусмотрена транспортная доступность. Практичный, рационалист, защитник семьи. Покупка квартиры в ЖК - забота о каждом члене семьи. Растит сына по своим стопам, поэтому выбрали ЖК, где есть айти-детсад. Однако уже замечает, как Сын "обгоняет" его в различных "фичах".

**Мама** - хранительница очага, мягкая, домашняя, переживающая за свою семью. Ценит просторные планировки и то, что из окна квартиры всегда видно в безопасности ли ее ребенок.

**Сын** - ребенок 10 лет, активный, исследовательский ум. Наконец-то рад переехать в Дома у Сада и обрести новых друзей.



**Бабушка** - добрая татарская женщина, часто с мудростью успокаивает своих детей, что они везде и все успеют, ведь в Домах у сада вообще все рядом. Наблюдатель. Искренне радуется садам во дворе, ведь в ее молодости ей такое и не снилось.

**Кот** - домашний ленивец, оказывающийся не в то время и не в том месте. Компанейский, поэтому мечтает вместе с членами семьи иногда выходить из квартиры.

# Персонажи ЖК Новый свет

Молодая семья, ожидающая рождения малыша-девочки.

**Папа** - инженер, 30 лет, активный, спортивный, энергичный. Работает на заводе в промышленном кластере Лаишевского района. Любит спорт, поэтому велосипедные дорожки и спортивные зоны - его страсть в Новом свете.

**Мама** - беременная молодая женщина 28 лет, пока в декретном отпуске, наслаждается ожиданием малыша, поэтому любит прогулки по Зеленому бульвару и ценит безопасность закрытых пространств, созданных урбан-блоками. Родная сестра Папы из ЖК "Дома у сада".

**Дочь** - новорожденная, жизнерадостный дружелюбный ребенок, радуется детским площадкам в перспективе, легко обретает друзей и отражает концепцию "Все свои" в Новом свете.



Семья любит проводить время в компании близких, поэтому барбекю зоны и уютные дворы - место создания добрых впечатлений.

# Каналы трансляции и суммарный охват



**более 2 млн пользователей**

**Социальные сети**  
instagram, telegram,  
Вконтакте, YouTube

**230 тыс.  
просмотров**

**Цифровые  
носители в офисе**

**7,3 тыс.  
просмотров**

**Мероприятие по продвижению  
ЖК Дома у сада и Новый свет**  
СМИ, блогеры, риэлторы

**963 тыс.  
просмотров**

**Сайт  
Ак Барс Дом  
stories**

**778 тыс.  
просмотров**

**Статусы  
сотрудников  
в мессенджерах**

**30 тыс.  
просмотров**