



Разработка коммуникационной платформы.

2 этап проекта: «Рекламная кампания «Агентства большого переезда»,
г. Краснодар

ВВОДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

Коммуникационная платформа рекламной кампании необходима для отстройки от конкурентов и привлечения внимания потенциальных клиентов именно к предложениям «Агентства большого переезда» за счет креативного образа услуг компании.

Конкуренция – перенасыщена, просто предложениями о сотрудничестве никого не удивишь, тем более что, в последние несколько лет, открылось много электронных площадок с базами жилой недвижимости в Краснодаре.

В этой ситуации необходимо, опираясь на основные ожидания целевой аудитории, разработать основной эмоциональный посыл «АБП», который ляжет в основу всех коммуникаций и контента планируемой РК.

Целевая аудитория:

География: регионы России, находящиеся восточнее, северо-восточнее от краснодарского края, в основном: Урал, Сибирь, Якутия.

1. Семьи с разным семейным стажем с родителями в работоспособном возрасте, желающие проживать постоянно или летом в районе теплого климата и имеющие профессию (род деятельности), востребованную в Краснодаре.
2. Семьи пенсионного возраста с самостоятельными детьми и накоплениями, достаточными для приобретения жилья (от продажи квартиры) в Краснодаре.
3. Предприниматели, нуждающиеся в жилой недвижимости в Краснодаре (с целью временного проживания, или сдачи в аренду).

Основные потребности и мотивы приобретения жилой недвижимости в г. Краснодаре:

ЦА	Потребности	
1	Работающие семьи	Легкость выбора жилья, легкость переезда, быстрая адаптация и трудоустройство
2	Семьи пенсионеров	Легкость выбора жилья в подходящем округе города (инфраструктура, обстановка, городской ландшафт), легкость переезда
3	Предприниматели	Быстро найти жилье, которое потом при случае можно будет выгодно и быстро продать

Соответственно, кто-то может отреагировать на обещания большого выбора жилья, кто-то на легкость оформления и переезда, кто-то на имидж и коммерческую привлекательность жилой недвижимости.

Каждую из выбранных идей можно эксплуатировать не только в рамках одной РК, а для разных РК, в течение года.

Далее – концепции коммуникаций на выбор:

1. КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ «ЛЕГКО ПЕРЕЕХАТЬ!»

1.1. Суть коммуникации:

Доносится идея легкого и быстрого переезда в Краснодар. Стоит только захотеть и задуматься, как мечта о переезде уже воплощена. Естественно, с «Агентством большого переезда».

1.2. Визуальное воплощение:

Телепортация. Члены среднестатистической семьи помещены в обстановку гостиной, каждый чем-то спокойно занимается: кто-то читает, кто-то смотрит ТВ, кто-то играет. Но все они вместе с мебелью зависли в воздухе без стен и плавно приземляются в пустые стены новой красивой квартиры. Люди – живые, остановка, квартира – нарисованные.

1.3. Рабочий вариант слогана:

Вы мечтаете, мы – заселяем!

Легкие переезды в Краснодар с «Агентством большого переезда»

1.4. Рабочий вариант слогана для предпринимателей:

–

1.5. Достоинства концепции

Быстро считываемый образ, соответствующий ожиданиям ЦА.

1.6. Недостатки концепции

Либо людей: (женщина-мужчина-пожилой мужчина (женщина) – ребенок (2)) нужно фотографировать в специально организованной фотосессии, либо все отрисовывать.

Трудоемкое воплощение.

Идея меньше подходит для бизнесменов.

2. КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ «СОСЕДИ»

2.1. Суть коммуникации:

Доносится идея «комфортного проживания в Краснодаре».

2.2. Визуальное воплощение: <http://kazachya-sprava.ru/kaz/kazaki>

Фон – красивый городской пейзаж Краснодара с новостройками на фоне восхода. На первом плане симпатичная казачка с караваем на полотенце. Только вместо каравая – полукруг восходящего солнца. По спускающимся краям полотенца – вышиты домики. Казачка как бы встречает дорогих гостей. Тут и подсолнухи из фирменного стиля «АБП» очень хорошо вписываются в концепцию.

2.3. Рабочий вариант слогана:

Сегодня – гости, завтра – соседи!

Станьте жителем Краснодара с «Агентством большого переезда»

Сегодня – гости, завтра – соседи!

Переезжайте жить в Краснодар «Агентством большого переезда»

2.4. Достоинства концепции

Быстро считываемый образ, соответствующий ожиданиям ЦА и образу Краснодарского Края

2.5. Недостатки концепции

Нужен красивый вид Краснодара и фотосессия кубанской казачки.

3. КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ «КАРТА»

3.1. Суть коммуникации:

Доносится идея о том, что Краснодар – идеальное место для проживания

3.2. Визуальное воплощение:

Карта России, на ней объемно в виде массы домов выделен Краснодар. К нему ведут линии – дороги из городов России: Екатеринбург, Новосибирск, Якутск, Владивосток и т.д. – 5 – 7 дорог из разных уголков России. По дорогам едут на машине, поезде, самолете люди. Крупным планом – младший школьник указкой показывает на Краснодар.

3.3. Рабочий вариант слогана:

Все дороги ведут в Краснодар.
Я хочу жить здесь!

3.4. Достоинства концепции

Легко воплощается. Образы можно менять. Вместо школьника изображать пожилую женщину, бизнесмена и т.д.

3.5. Недостатки концепции

Немного перегруженный визуальный образ... но, зависит от исполнения.

4. КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ «ПОДСОЛНУХИ»

4.1. Суть коммуникации:

Доносится идея о большом выборе недвижимости в Краснодаре.

4.2. Визуальное воплощение:

Девушка поливает подсолнухи, на которых вместо семечек – дома.

4.3. Рабочий вариант слогана:

Выращиваем для вас!

Отборное жилье в Краснодаре с «Агентством большого переезда»

4.4. Достоинства концепции

Легко воплощается. Подходит для всех видов потенциальных покупателей.

4.5. Недостатки концепции

Явных недостатков нет. Единственное, идея переезда из другого региона слабо воплощена. Но так как реклама будет идти на регионы, это не страшно.

5. КРЕАТИВНАЯ КОНЦЕПЦИЯ «ПРИМЕРКА»

5.1. Суть коммуникации:

Доносится идея о легком переезде и широком выборе недвижимости.

5.2. Визуальное воплощение:

Разные типы женщин (людей) примеряют платья-дома тоже разного типа. Полностью рисованная концепция.

5.3. Рабочий вариант слогана:

Достаточно одной примерки!

Жилье в Краснодаре на любой вкус с «Агентством большого переезда»

5.4. Достоинства концепции

Интересный, быстро считываемый образ.

5.5. Недостатки концепции

Много отрисовывать.

6. УТВЕРЖДЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ



