



маркетинг

SMIM

PR

РЕКЛАМНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

ЧТО ДЕЛАЕМ?

2.72



Соединяем статистику и креатив в маркетинге. ✨

Делаем рекламные кампании с нуля до 1 млн охвата. ✨

Включаемся в проект как внутренняя команда, но с экспертизой агентства. ✨

ПОДХОДИМ СТРАТЕГИЧЕСКИ

Аудит SMM и маркетинга
Стратегическая сессия по маркетингу
Маркетинговая стратегия

ПОДГОТОВИМ ПОСАДОЧНУЮ СТРАНИЦУ

Лендинги, чат-боты и все возможные социальные сети

ПРИВОДИМ КЛИЕНТОВ, ПОДПИСЧИКОВ И СДЕЛАЕМ ОХВАТЫ

Посевы в Telegram и ВКонтакте - рекламная кампания в пабликах и сообществах ВК с целевой аудиторией
Инфлюенс-маркетинг - рекламная кампания в аккаунтах соцсетей и Telegram-каналах блогеров

СДЕЛАЕМ КОМПЛЕКСНО

Комплексное продвижение в социальных сетях - контент-маркетинг, продакшн, таргетинг, influence-маркетинг и рекламные посеvy

Спецпроекты online & offline - разработка и запуск рекламных кампаний, проведение бизнес-мероприятий

Маркетинговое сопровождение - внедряемся в ваш проект как внутренняя команда, но с экспертизой агентства.

ПАРТНЕРЫ 2.72

МИДГАРА

ТЮН

 Шоколадница

СТРАНА

cellier.

 РУСОЙЛ

MARELLA



 ТЕРРА
МОТОРС

 RCLINIC

 ЭПЛ
ДАЙМОНД

Fare

HIS STORY
МУЖСКОЙ МАГАЗИН

吃货
ЧИХО

 RELIEF

BAZIS
RETRADE

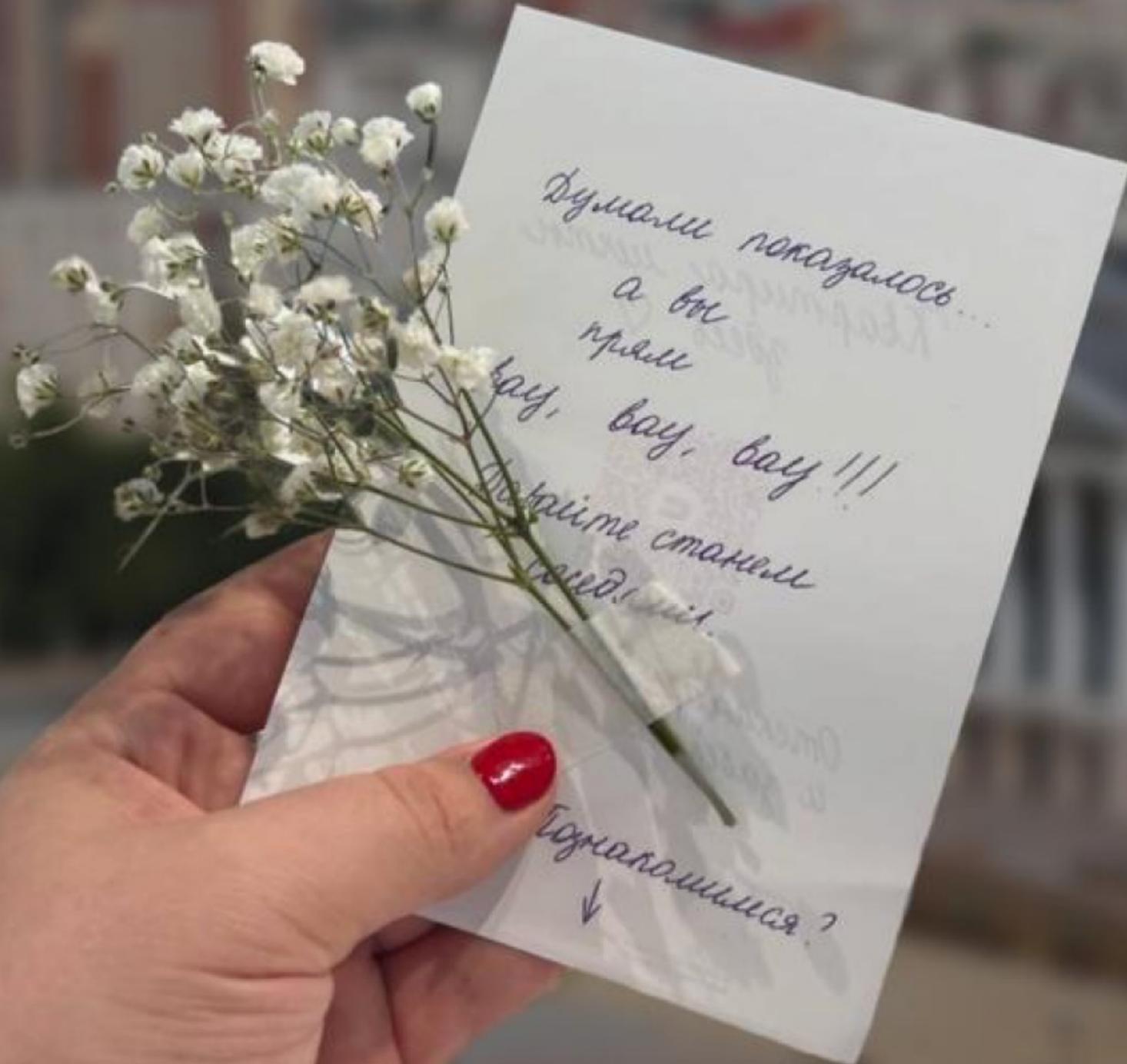
 ПЕРВЫЙ
ГИПЕРМАРКЕТ
МЕБЕЛИ

Торто
мастер
всё для кондитера

КЕЙС:

ФЛИРТ С ГОРОДОМ

ИЛИ КАК 12000 ЛИСТОВОК
СТАЛИ ВИРУСНОЙ АКЦИЕЙ



Думами показалось...

а вы

прям

вау, вау, вау!!!

покажите станем

следом!

Показались?
↓

ЗАЧЕМ ЭТО БЫЛО ПРИДУМАНО?

ПРОБЛЕМА:

- ✦ Рынок недвижимости перенасыщен стандартными инструментами. Люди не реагируют на прямую рекламу, буклеты летят в урну через 3 секунды.

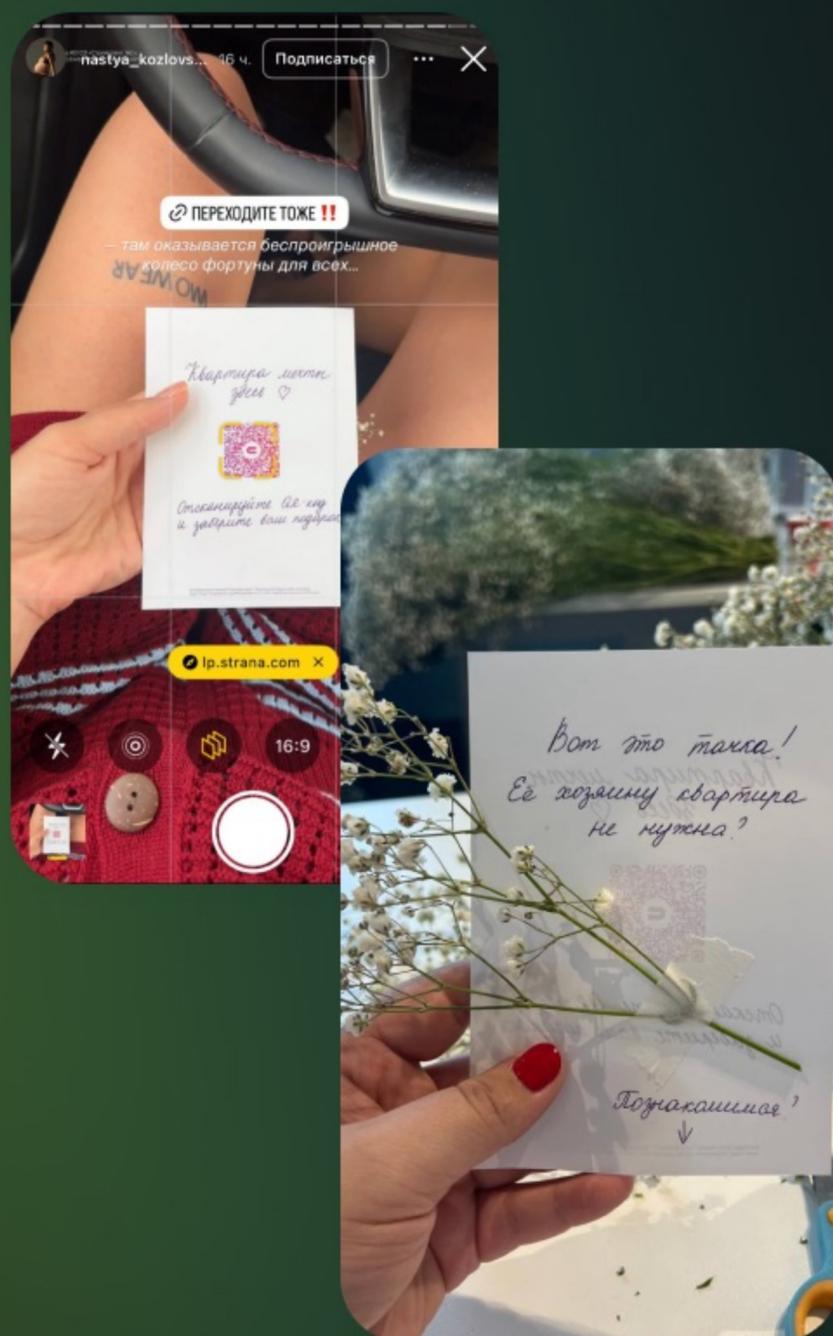
ЗАДАЧА:

- ✦ Запустить яркую, запоминающуюся акцию для жителей Тюмени (города, где начинался путь застройщика)
- ✦ Увеличить охват розыгрыша «Колесо фортуны» – привлечь максимум участников и собрать качественные лиды.
- ✦ Повысить узнаваемость бренда – не через навязывание, а через формирование устойчивой положительной ассоциации: «Страна. Девелопмент» – забота к клиенту, внимание и нестандартный подход.

КЛЮЧЕВОЕ УСЛОВИЕ:

- ✦ Акция должна быть тёплой, человеческой и выделяться на фоне безликих рекламных шаблонов от застройщиков.

ПРИМЕРЫ ПОСЛАНИЙ:

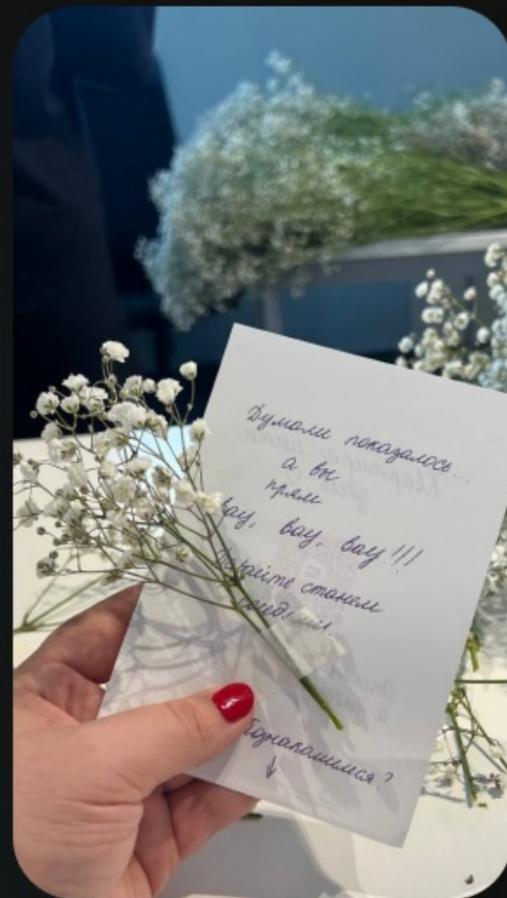
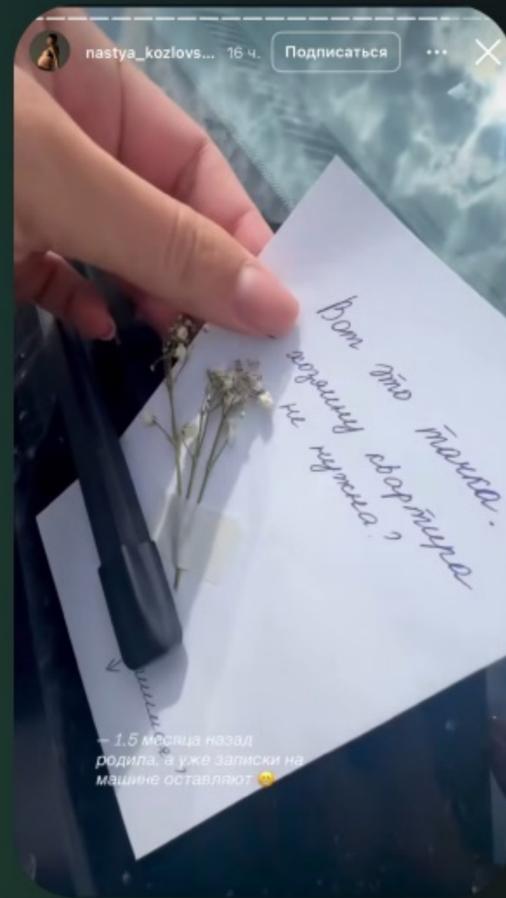
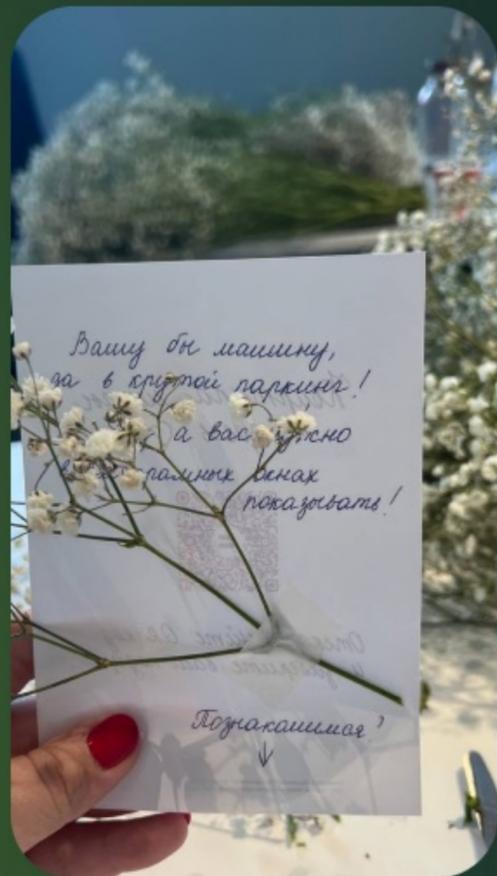


ВМЕСТО СУХИХ ФАКТОВ – ЛЁГКИЙ ФЛИРТ И КОМПЛИМЕНТЫ:

- ★ «Вот это тачка! Её хозяйину квартира не нужна? Познакомимся?»
- ★ «Думали показалось... А вы прям вау-вау! Давайте станем соседями? Познакомимся?»
- ★ «Вашу бы машину да в крутой паркинг! Ну, а вас нужно в панорамных окнах показывать! Познакомимся?»
- ★ «Вашей ласточки гнёздышко не нужно? У нас есть уютные! Познакомимся?»

Каждую листовку дополнила веточка гипсофилы — символ заботы и внимания к деталям.

ПРИМЕРЫ ПОСЛАНИЙ:



РЕАЛИЗАЦИЯ:

СРОК: ВСЕГО 4 ДНЯ

- ✦ Сначала мы рассчитали точное количество веток гипсофилы, которое понадобится для оформления всех 12 000 листовок. Затем оперативно связались с цветочным салоном, который оперативно собрал нужный объём и доставил его прямо к нам в офис.
- ✦ Ручная сборка: организовали команду, которая вручную оформила 12 000 листовок. Это был не просто коллаж, а настоящий мини-конвейер посланий.
- ✦ Полевая работа – 12 промоутеров на самых активных точках Тюмени + супервайзер
- ✦ Инфлюенс-маркетинг: параллельно с офлайн-раздачей мы «случайно» подложили открытки местным инфлюенсерам, а застройщик дополнительно подогрел интерес посевами в популярных городских пабликах и телеграм каналах.

От инфлюенсеров охват составил 28.028.

ЦИФРЫ, КОТОРЫЕ ГОВОРЯТ САМИ ЗА СЕБЯ

201 319

ОХВАТ АУДИТОРИИ

700

ПЕРЕХОДЫ ПО QR-КОДУ

78

СОБРАННЫЕ ЛИДЫ

307

РЕПОСТЫ В СОЦСЕТЯХ

12 000

ЛИСТОВОК РОЗДАНО

4 ДНЯ

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ

Мы доказали, что даже в сложные времена можно «флиртовать» с аудиторией - искренне, красиво и результативно. И мы готовы делать так же для каждого, кто устал от скучных буклетов и хочет, чтобы о его бренде заговорил весь город.

2.72