

# **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

## **как универсальный инструмент взаимодействия с клиентом**

**URBAN**  
GROUP



Девелоперская  
компания

10 лет  
на рынке

БОЛЕЕ 2 МЛН М<sup>2</sup> построенного  
жилья

6 строящихся  
объектов

Уникальная авторская  
архитектура



2 ЖК «Видный город»



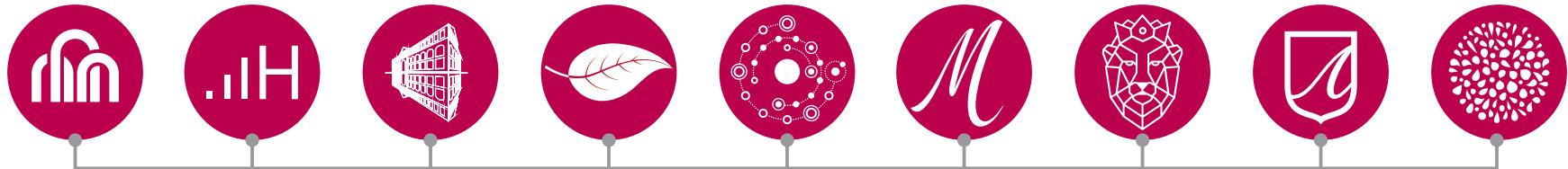
### 3 Экогород «Лесобережный»



4 Город-курорт «Митино О<sub>2</sub>»

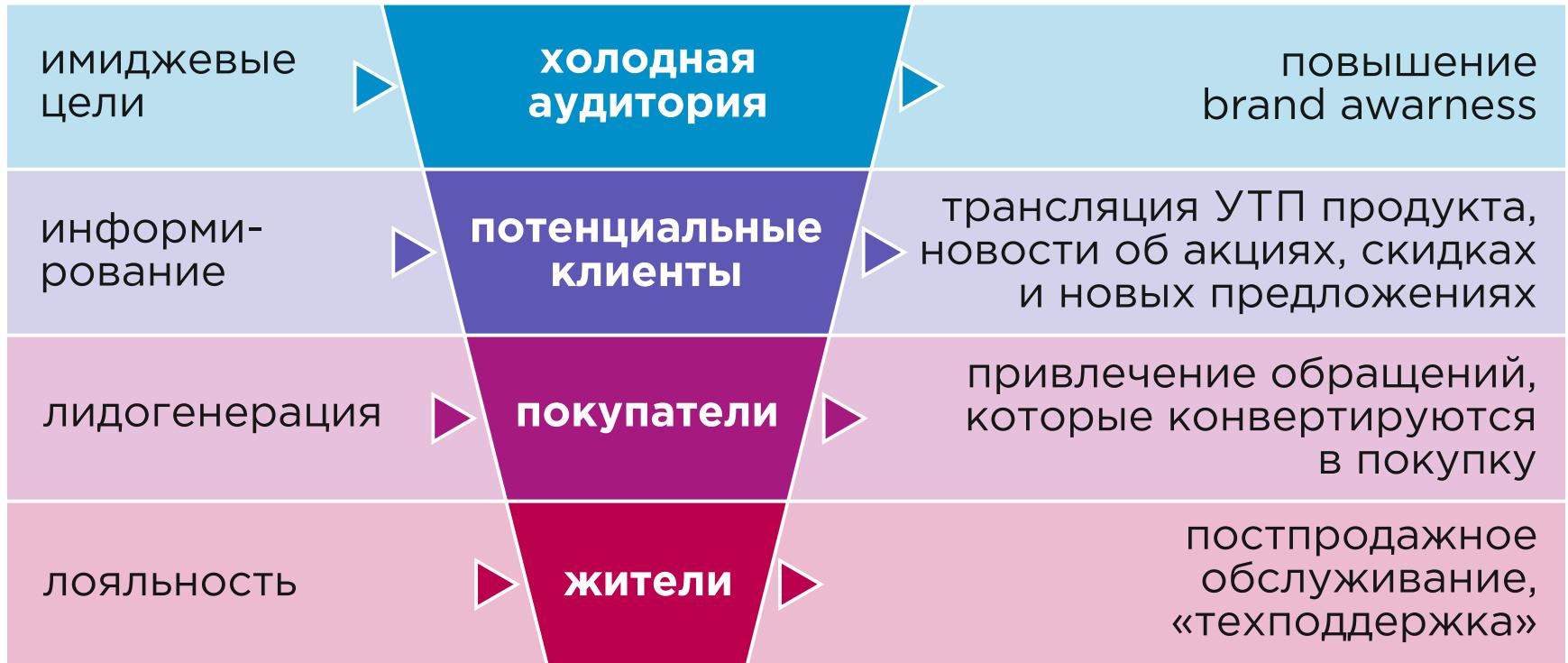


5 Город-событие «Лайково»



Суммарно **БОЛЕЕ 81 000** подписчиков

# Соцсети – это комплексное решение для взаимодействия с клиентами на разных этапах воронки продаж

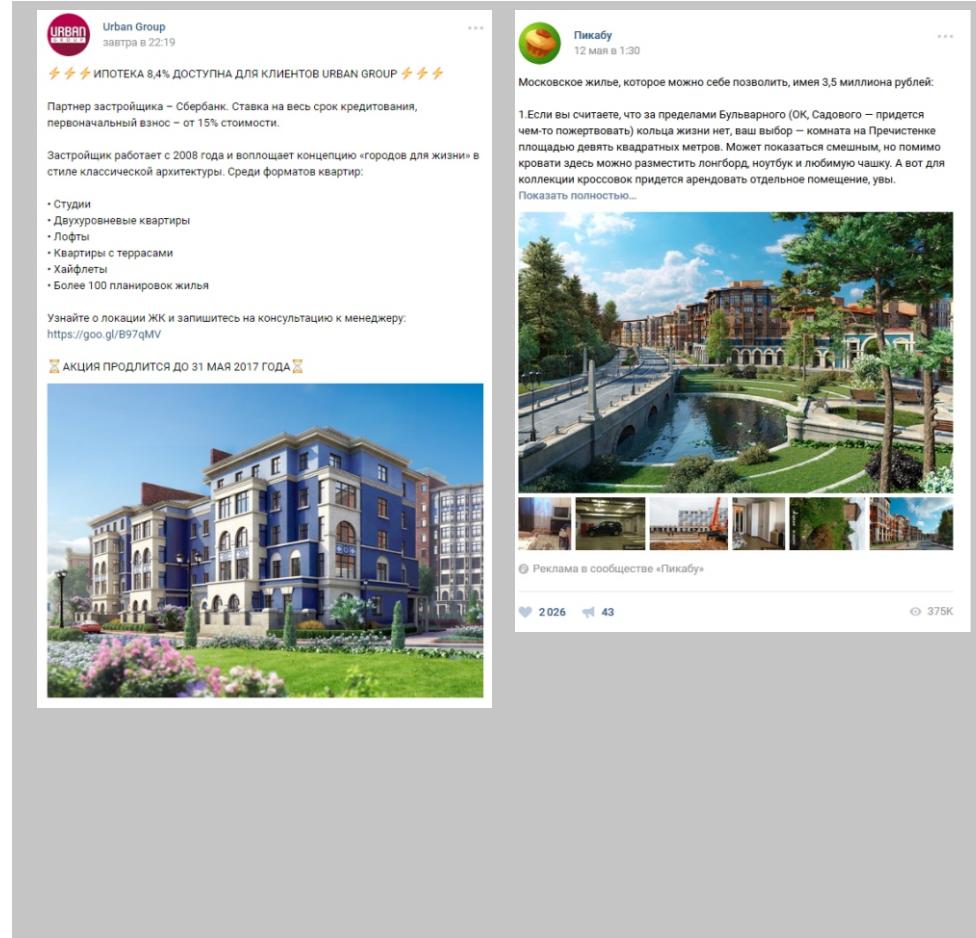


# Контент-маркетинг: реклама, которая не рекламирует

**Нативная реклама —**  
главный тренд 2017 года,  
актуальный не только  
для СМИ, но и для соцмедиа

Самый удобный инструмент —  
«Реклама в сообществах»  
Вконтакте

- Широкие возможности для таргетинга по интересам;
- Прогнозируемый охват;
- Низкий порог входа — от 1000 рублей!
- Нативный контент вызывает меньше отторжения;
- Вирусный потенциал.



# Кейс: продвижение редких форматов жилья

В проектах Urban Group – 17 редких форматов квартир

## ❗ ПРОБЛЕМА

Люди не понимают, суть продукта

## 💡 РЕШЕНИЕ

Лонгриды в популярных пабликах Вконтакте

## 📅 СРОКИ

С июля 2016 по январь 2017

Лепра  
вчера в 22:05

В 18 веке ванны маскировали под кресло, душ – под люстру, а сама комната могла напоминать библиотеку! В античности ванны были пространством публичным – местом встреч, отдыха и решения вопросов. И как бы ни менялась функция и восприятие этой комнаты, раньше она всегда проектировалась по правилам обычного жилого помещения: с хорошей вентиляцией и естественным освещением (окном). Это позволяло экономить свечи или электричество, а проветривание берегло стены и потолки от пара и влаги. Благодаря чему декор ванных комнат был достаточно богатым – стены часто оформляли обоями и картинами, оконные стекла декорировали витражами или росписями, также было очень популярно озеленение живыми растениями. Эти приемы вполне актуальны до сих пор, когда незаслуженно забытый элемент архитектуры вновь вернулся в жилое пространство! Окно в ванной позволяет защитить стены комнаты от сырости и плесени, здесь можно высаживать цветущие растения, наполнить помещение кислородом и красотой! По ссылке можно посмотреть, какие дизайнерские решения для этого предлагают эксперты Urban Group: <https://goo.gl/foCB58>

#urbangroup #живитекрасоте #редкиеформаты

Мне нравится 1498    Ответить

Знаете ли Вы?  
вчера в 22:05

Urban Group  
18 аг 2016 в 17:16

Человек среднего роста с рукой, поднятой вверх, стал мерой для определения высоты потолка, которую архитектор Ле Корбюзье признал оптимальной.

В цифрах это выглядит так: средний рост человека обозначенный, как б аршин (182,8 см) – плос 44 см с поднятой рукой, в сумме – 226 см. Такая система пропорций была реализована в части помещений «Марсельской ачайки» – жилом комплексе, спроектированном и построенном Ле Корбюзье в период 1945-1952 годов (на ч/б фото). Советские архитекторы приняли эту высоту в качестве отправной точки для утверждения собственной нормы, увеличив ее до 250 см для типового жилья. Авторы современного жилья предпочитают ориентироваться на индивидуальностей, поэтому распространены стали форматы жилья, где высота потолков достигает 320 см. Именно так спроектированы квартиры в домах Urban Group. Дизайнеры и будущие жители целят дополнительное пространство за возможность создать интерьер, наполненный светом и воздухом, и при этом максимально полезно использовать «лишние» сантиметры. Вот как им это удается: <http://goo.gl/aiF15k>

#urbangroup #живитекрасоте #редкиеформаты

Мне нравится 202    Ответить

Фабрика идей  
вчера в 21:05

Urban Group  
9 сен 2016 в 15:30

Предполагается, что осенью цветущая терраса плавильно превращается в небольшую открытую кладовку для хранения велосипеда, пляжных ковриков и других летних вещей. Однако этот стереотип можно и нужно менять! Тем более, что есть простые и красивые способы сделать это. Например, можно вспомнить принцип «новых волн» Пита Уорльфа. Нидерландский ландшафтный дизайнер так называет композиции из растений, которые отлично смотрятся и без цветения. Их сильная сторона – фактура, формы стебля и листьев. Основа композиции – непривередливые многолетники. В результате получаются вот такие (см. фото ниже) минималистичные цветники, глядя на которые забываешь про суету городского изобилия. Такой сад, созданный на террасе, будет радовать до поздней осени! А если еще приготовить теплые пледы, зажечь свечи и пригласить друзей на глинтвейн, – ваша терраса станет лучшим местом для осенних вечеров! Начинать воплощение мечты предлагаем вместе с нами, вот тут варианты квартир с террасами: <http://goo.gl/VuSM2f>

#urbangroup #редкиеформаты #живитекрасоте

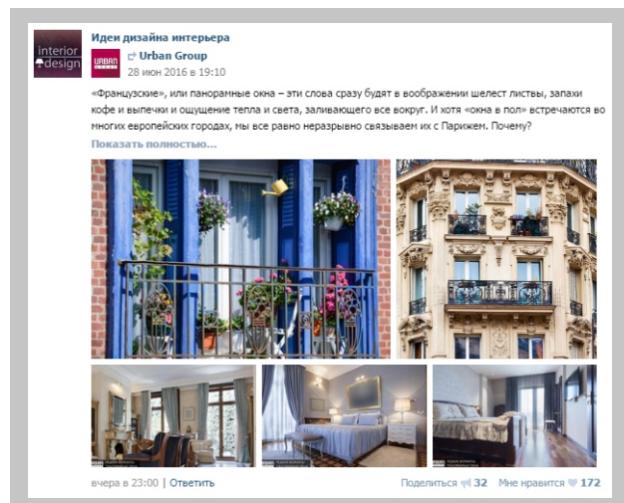
Мне нравится 123    Ответить

# Кейс: продвижение редких форматов жилья

## 📈 РЕЗУЛЬТАТЫ

ИМИДЖЕВЫЕ ЗАДАЧИ:

- **102** поста;
- **15 542** лайка;
- **1606** репостов;
- **6 872 700** контактов с брендом;
- Urban Group —  
застройщик-культуртрегер.



КОММЕРЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ:

- **10 542** перехода на сайт;
- **Более 170** обращений;
- **+3 минуты** к среднему времени просмотра страницы;
- **+2 страницы** к стандартной глубине просмотра;
- **Цена 1 клика — 23 рубля;**
- **Стоимость 1 обращения — в 2,5 раза ниже**, чем из контекстной рекламы!

# Чек-лист для размещения рекламы в сообществах Вконтакте



Сформируйте **портрет ЦА**:  
пол, возраст, интересы;



Проанализируйте **площадки** в рекламном кабинете:  
дневной охват и охват записи важнее, чем общее  
количество подписчиков;



Используйте **сторонние инструменты** для выбора даты  
и времени размещения: пики активности для «мамочек»  
и «хипстеров» значительно разнятся;



Изучите **контент** сообщества и постарайтесь использовать  
его стилистику: эмодзи, текст на картинке, буллиты;



**Иллюстрация** – ключевой момент:  
привлеките дизайнера для создания креатива;



**UTM-метка** для ссылки на ваш сайт позволит оценить  
эффективность глубже, чем встроенный инструмент аналитики.

# Присутствие бренда в соцсетях



Необходимо учитывать в контент-стратегии интересы аудитории **на разных этапах воронки продаж**.



Тестирование **новых инструментов** – возможность получать лиды по более низкой цене.



Ежемесячный **бюджет** на тестирование может быть минимальным – от 50 000 рублей.



**Контент-маркетинг** – способ привлечь клиента, рассказав не только о преимуществах продукта, но и о ценностях бренда.



**Нативный формат** – дает меньший объем трафика, но в разы более качественного.



**Лонгриды** работают не только в СМИ, но и в социальных сетях

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**

*Живите в Красоте*

**URBAN**  
GROUP