

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

**как универсальный инструмент
взаимодействия с клиентом**



Девелоперская
компания

10 лет
на рынке

БОЛЕЕ **2** МЛН М² построенного
жилья

6 строящихся
объектов

Уникальная авторская
архитектура



2 ЖК «Видный город»



3 Экогород «Лесобережный»



4 Город-курорт «Митино O₂»



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.

The image shows two examples of native advertising. On the left is a post from Urban Group on VKontakte, dated May 22, 2017. The post features the Urban Group logo and text: 'ИПОТЕКА 8,4% ДОСТУПНА ДЛЯ КЛИЕНТОВ URBAN GROUP'. It mentions a partnership with Sberbank and describes a residential development project with a list of apartment types: Studios, Two-level apartments, Lofts, Apartments with terraces, and Chalets. It also states there are over 100 floor plans available. On the right is a Facebook post from the community 'Пикабу' (Pikabu), dated May 12, 2017. The post is titled 'Московское жилье, которое можно себе позволить, имея 3,5 миллиона рублей:' and contains a paragraph of text about a property in the Garden Ring area. Below the text is a large image of a modern residential building complex with a central courtyard and a river, and a row of smaller thumbnail images showing interior views.

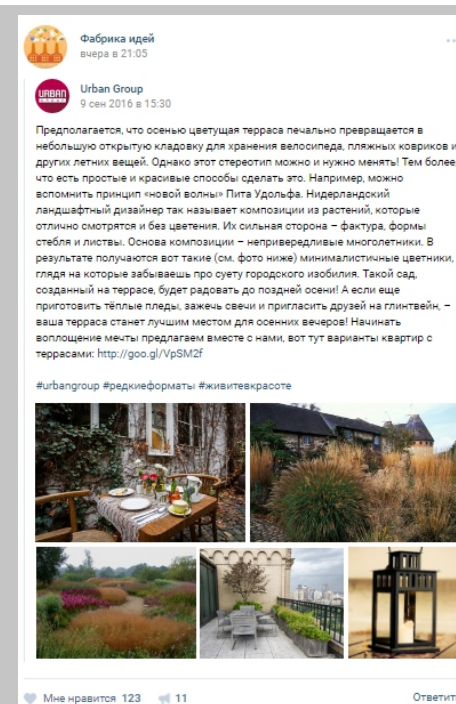
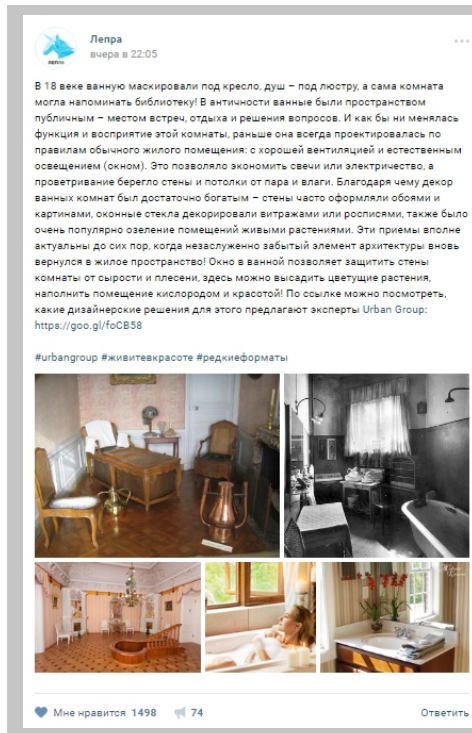
Кейс: продвижение редких форматов жилья

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



Кейс: продвижение редких форматов жилья

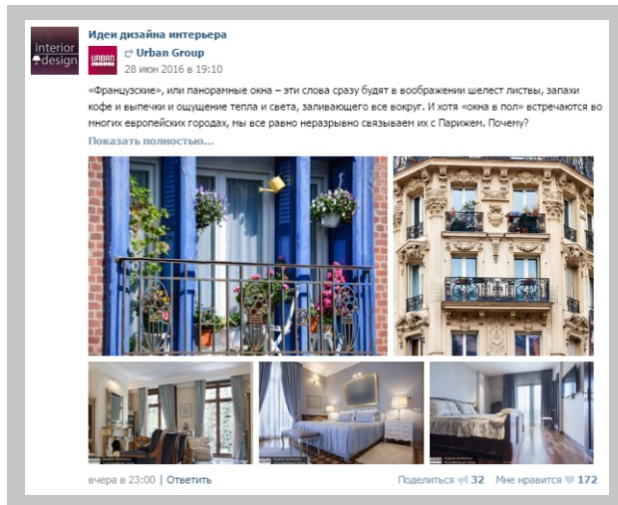
РЕЗУЛЬТАТЫ

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: эмоджи, 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