



Магия → КОНТЕНТА

Как мы сделали социальные сети NRG Uzbekistan самыми популярными среди застройщиков страны!



Клиент

NRG Uzbekistan - коллаборация двух передовых компаний в сфере недвижимости, Murad Buildings и BI Group. Компания строит современные жилые комплексы в основе которых лежат передовые технологии и инженерные решения.



Проблема

В мире строительства социальные сети стали неотъемлемой частью маркетинговой активности застройщиков. Однако, многие компании сталкиваются с проблемой – однообразным и утомительным контентом. Гоняясь за повышением продаж, они заполняют свои страницы прямыми продажными постами, но результат оказывается неудовлетворительным. Подписчики просто устают видеть посты, которые постоянно пытаются что-то продать...

Целевая аудитория

Прежде чем начинать работу по созданию контента, мы занялись изучением проекта и целевой аудитории.

NRG Uzbekistan имеет довольно широкую целевую аудиторию в возрастном диапазоне от 25 до 55 лет. Исходя из данных полученных от маркетингового отдела компании, а также глубинных интервью с клиентами и потенциальными покупателями мы разделили широкую аудиторию на несколько сегментов. Сегментация помогла нам четко понять, какие боли есть у каждого сегмента и какой способ коммуникации подходит конкретно под определенный сегмент людей.

Широкая ЦА:

Пол: Мужчины и Женщины

Возраст: 25-55 лет

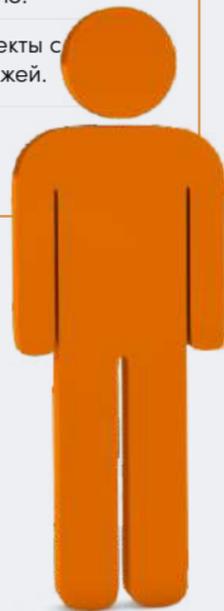
Гео: Узбекистан

Доход: от \$2000



Сегменты:

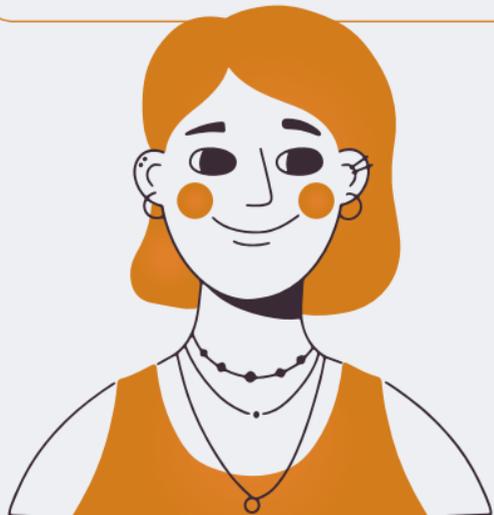
Молодожёны	25–30 лет	Съехать от родителей в новую квартиру.
Семьи	30–55 лет	Переезд в более комфортное, просторное жильё, смена локации на более удобную.
Инвесторы	25–55 лет	Вложение в перспективные проекты с последующей сдачей или продажей.
Люди из регионов	25–55 лет	Переезд в столицу, покупка жилья для детей в городе.



Портрет покупателя

Семейное положение

Семейные пары, 30-50 лет. Финансово состоятельные (доход от 2000 долл.)



Хобби

Проводят время с семьей, встречаются с друзьями

Путешествуют

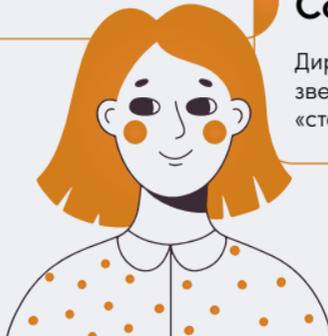


Пожелания для застройщиков жилья в Ташкенте от потенциальных покупателей:

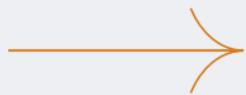
- Уделять больше внимания парковочным местам, на одну семью недостаточно одного парковочного места.
- Удаленность от оживленных дорог.
- Охрана территории ЖК.
- Строить из качественных материалов, уделять внимание фундаменту.
- Сделать внутри ЖК удобства (детские площадки, спортивные, место для прогулок).
- Быть добросовестным

Сфера деятельности

Директора небольших компаний, менеджеры высшего звена в крупных компаниях, фермеры, которые «стали хорошо зарабатывать».



Наше

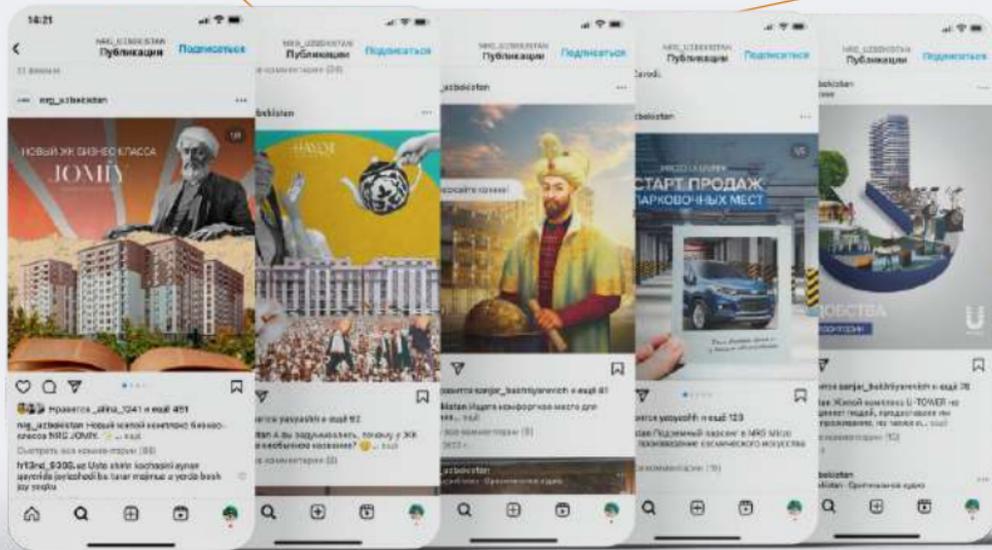


решение

Мы взяли на себя задачу сделать социальные сети NRG Uzbekistan непохожими на другие. Сделать так, чтобы контент отражал название компании: был живым, энергичным и ярким.

Мы отошли от стандартных приемов и начали экспериментировать с различными форматами контента, чтобы отразить дух компании и привлечь внимание аудитории.

Нестандартная подача

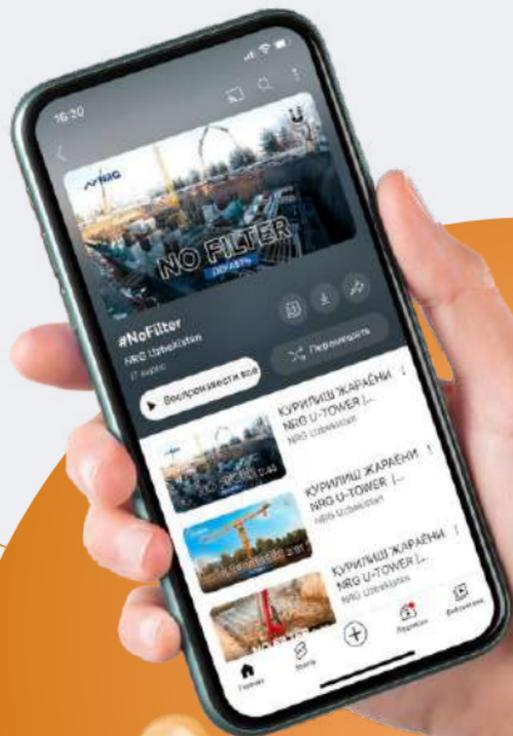


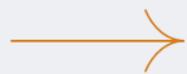
Мы хотели, чтобы наш контент отражал название компании и был живым, энергичным и ярким. Для этого мы старались работать на ассоциации и отсылках к названиям наших проектов. Это помогало нам оживить наши жилые комплексы и добавить в них немного души.



Открытость

Мы стремились поддерживать активный диалог с нашими подписчиками. Каждый месяц мы освещали процесс строительства уникального проекта **U-TOWER** на YouTube-канале в рубрике «NO FILTER», также делились Stories и Reels о ходе строительства других проектов в Instagram. Мы хотели показать нашу открытость и поделиться с аудиторией процессом работы, чтобы они могли увидеть внутреннюю часть и оставаться в курсе последних событий на стройке.





No Filter

 270 352

Просмотров



4 535

Лайков



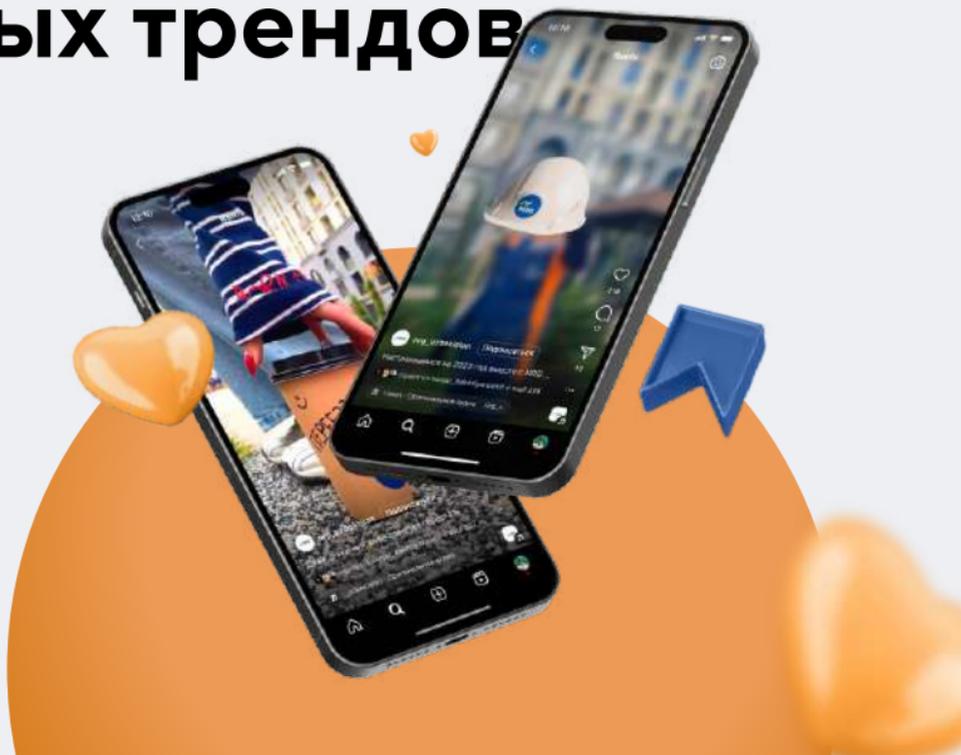
581

Комментариев



Использование → актуальных трендов

Мы поняли, что использование трендов может помочь нам быть на шаг впереди конкурентов и оставаться актуальными для аудитории. Мы тщательно адаптировали тренды под строительную сферу, чтобы создать уникальный и интересный контент, который привлекает внимание и вызывает положительные эмоции.

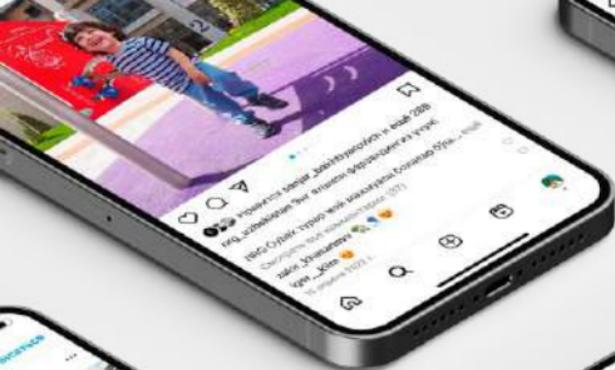




→ Живой КОНТЕНТ

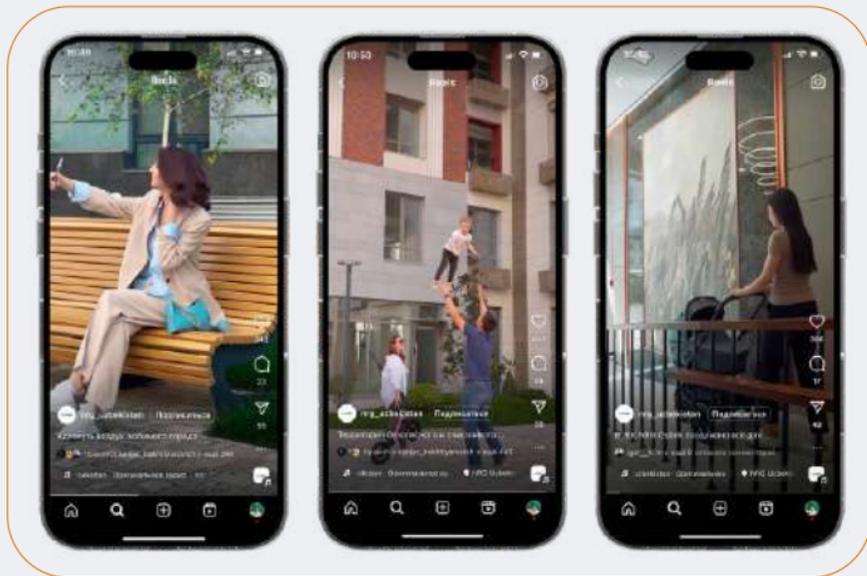
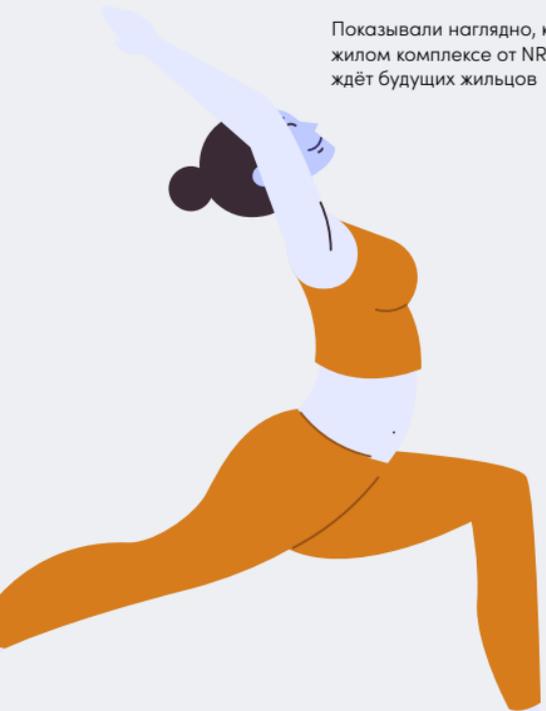
Мы делали много фото и видео контента, чтобы сделать страничку более живой. Мы старались задействовать больше людей, ярких красок и главное делиться эмоциями.

Ведь новостройки – это не только строительство, это люди, это стиль жизни...



NRG Lifestyle

Показывали наглядно, какого это жить в современном
жилом комплексе от NRG Uzbekistan и какой стиль жизни
ждёт будущих жильцов



🔗 Видео

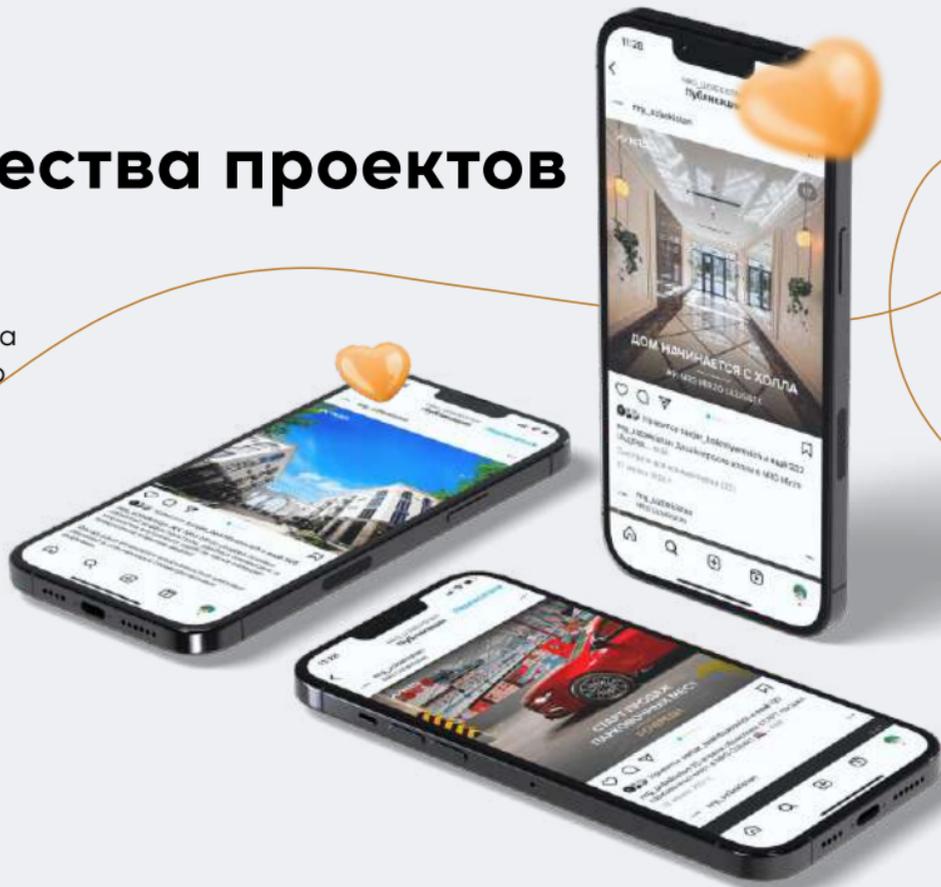
🔗 Видео

🔗 Видео

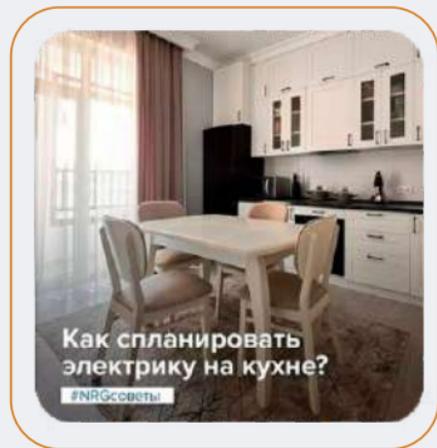


Уникальные → преимущества проектов

Наглядно показывали преимущества жилых комплексов через фото и видео



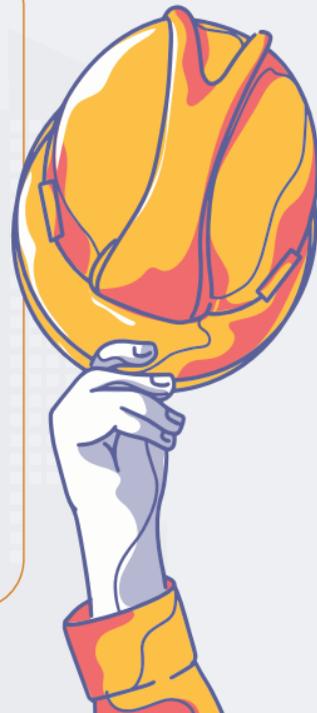
NRG Советы



Делились полезными советами по
ремонту и обустройству квартиры

→ Сотрудник NRG

Знакомили с сотрудниками компании
и завоевывали доверие и лояльность



Бизнес → GAP

Запустили собственный подкаст на YouTube о предпринимателях, открывших свои бизнесы в коммерческих помещениях NRG

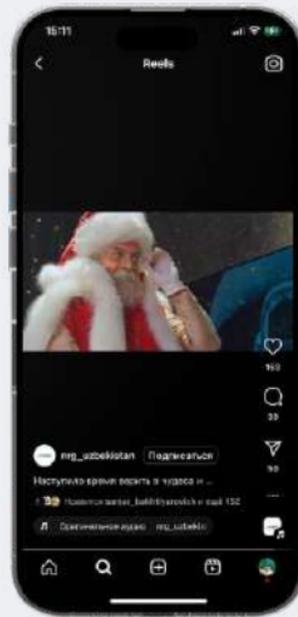
 Видео



Особенные → поздравляшки



🔗 Видео



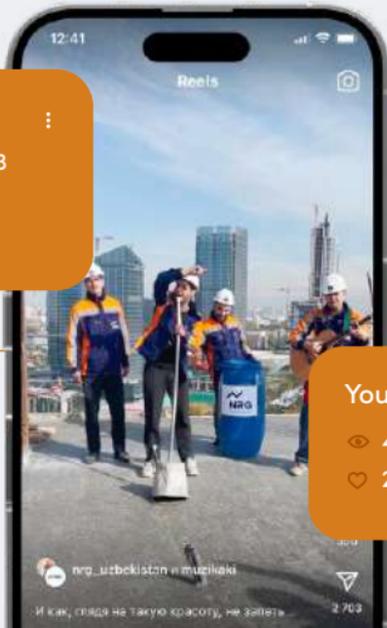
🔗 Видео

Искренне поздравляли аудиторию через нативную интеграцию проектов NRG в ситуативные видеоролики из жизни каждого человека

Коллаборация с инфлюенсерами

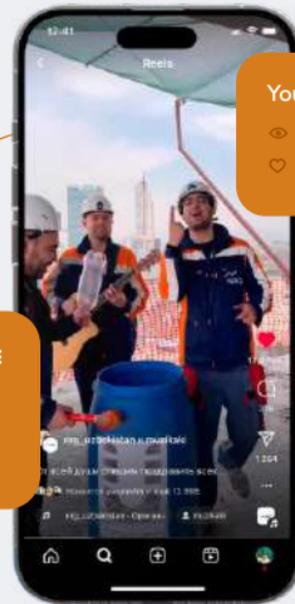
Instagram

👁️ 173 947 📍 2703
❤️ 9 308 📌 510
💬 350



Instagram

👁️ 129 927 📍 1 264
❤️ 12 897 📌 516
💬 319



YouTube

👁️ 21 302 💬 45
❤️ 1 565

YouTube

👁️ 4 млн 💬 4 247
❤️ 221 156 + 13 000
подписчиков

Чтобы сделать наши страницы более яркими, мы решили сотрудничать с певцом – **Акмалем Байрамовым**. Он был популярен благодаря своим роликам, в которых пел песни на стройке и использовал образ простого парня, работаги. Мы предложили ему стать нашим сотрудником для аудитории и показывать свои выступления на наших объектах. Это сотрудничество не только придало яркости нашему контенту, но и создало уникальную и запоминающуюся атмосферу.

→ Результаты сотрудничества

Instagram

 303 874

 22 205

 669

 3 967

 1026

YouTube

 4 057 551

 222 721

 4 292

 13 000
подписчиков



Результаты

Благодаря нашей работе, мы смогли добиться высокой вовлеченности аудитории и привлечь

→ **более 6 000 новых подписчиков в Инстаграм и более 30 000 в YouTube**

Сегодня **NRG Uzbekistan** занимает лидирующие позиции не только в рамках качества строительства и уникальных проектов, но и в медиапространстве.

Социальные страницы бренда стали ярким примером того, как нестандартный подход и креативный контент могут помочь сделать социальные сети застройщика полноценным инструментом продаж и укрепить бренд на рынке недвижимости.





Instagram



979 636

Охвачено



2 175

Комментариев



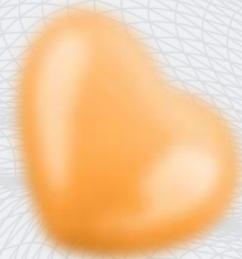
31 758

Лайков



2 585

Сохранений



YouTube



11 млн

Просмотров



2,8 млн

Показы



334 786

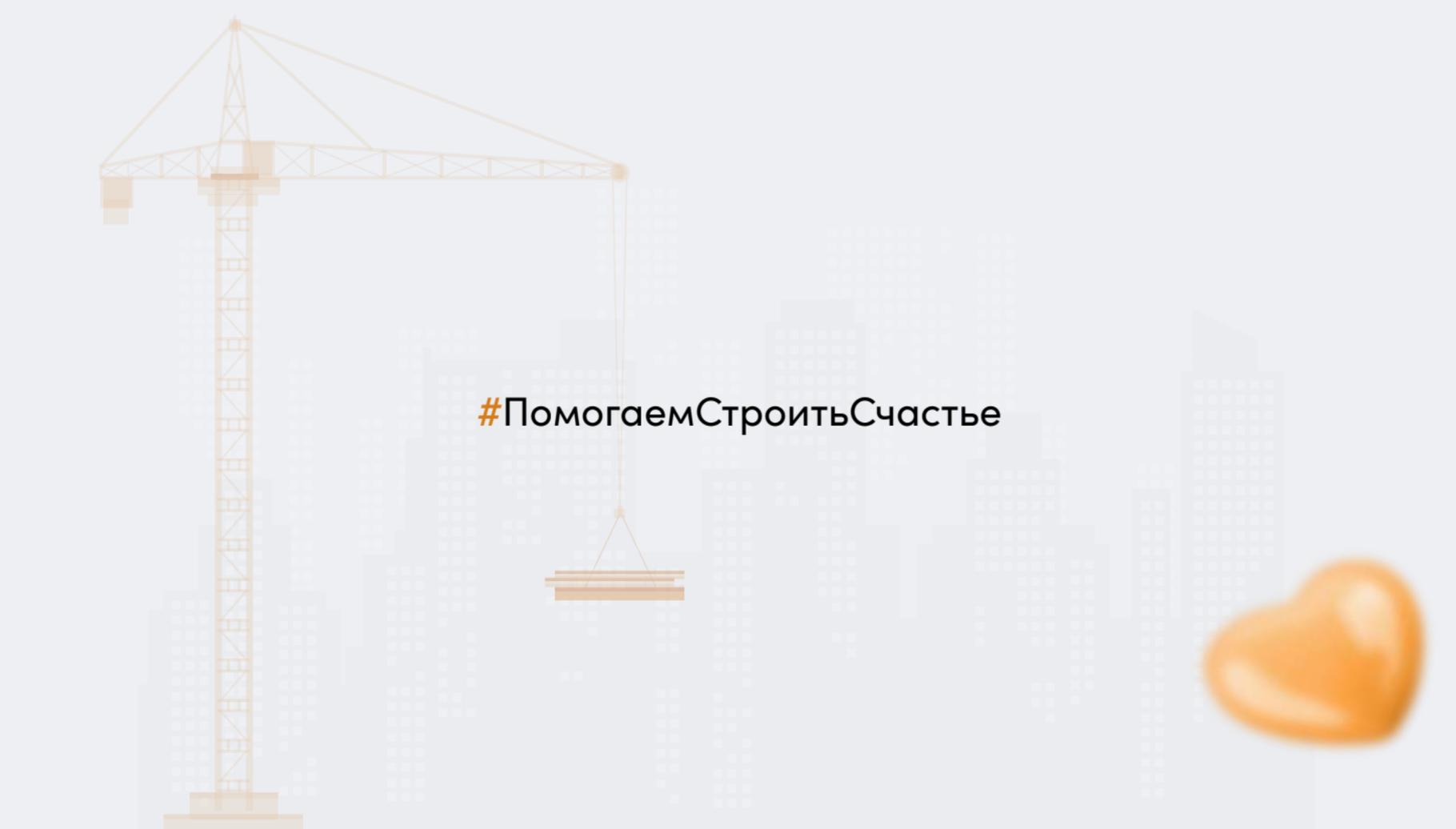
Лайков



7.7%

CTR



A stylized illustration of a construction crane in a light brown color, lifting a load of wooden planks. The crane is positioned on the left side of the frame. In the background, there is a faint, grey silhouette of a city skyline with various building shapes. The overall aesthetic is clean and modern.

#ПомогаемСтроитьСчастье

