



Таргет, который
#ПомогаетСтроитьСчастье.



Краткое содержание

Клиент:

NRG Uzbekistan - коллаборация двух передовых компаний в сфере недвижимости, Murad Buildings и BI Group. Это современные жилые комплексы в основе которых лежат последние передовые технологии и инженерные решения. Первым таким проектом стал NRG Oybek, жилой комплекс который стал одним из самых красивых жилых объектов столицы.

Задача:

Какова была наша миссия? Помочь сделать NRG Oybek первым строящимся жилым комплексом столицы, который приходит на ум потребителю, сформировать имидж надежного и технологичного жилого комплекса, и обеспечить стабильный поток квалифицированных заявок в диапазоне стоимости от 2 до 6 долларов за лид.

Челлендж:

Преодолеть барьер недоверия к новому застройщику,

Результат:

NRG Oybek стал самым узнаваемым ЖК в столице. Таргетинг превратился в основной инструмент продаж, который внес колоссальный вклад в продажу всех квартир еще до сдачи проекта.

Клиент и задача

NRG Uzbekistan - девелоперская компания, созданная Murad Buildings и BI Group, которая с 2020 года создает современные и технологичные проекты в Узбекистане.

Вдоль главной магистрали Ташкента по улице Айбека в период с 2020 по 2022 год строился дебютный проект девелопера, с которого начался путь компании в нашей стране: первый жилой комплекс бизнес-класса с системой "smart-home" NRG Oybek. Дом введен в эксплуатацию в 2022 году, на сегодняшний день он является визитной карточкой застройщика и одним из самых красивых жилых объектов столицы.

Нашей задачей было - сделать NRG Oybek первым строящимся жилым комплексом столицы, который приходит на ум потребителю, активно использующему соц. сети и обеспечить поток заявок в диапазоне стоимости от 2 до 6 долларов за лид с помощью таргетированной рекламы.



Работу над проектом мы начали за несколько месяцев до старта продаж. Первым делом на стратегической сессии с представителями NRG мы выбрали аудитории, которые могли быть заинтересованы в приобретении жилья. У нас получилось четыре сегмента - это:

Инвестора,

которые покупают для сдачи и перепродажи

Бизнесмены,

рассматривающие покупку недвижимости, как выгодный вклад (в будущее ребенка или для себя)

Молодые профессионалы,

которые сменили много квартир и уже хотят найти «свое» место

Семьи,

которые хотят улучшить жилищные условия

На основе анализа у нас получилось более 30 аудиторий в рамках рекламного кабинета. Также, был проведен анализ активности конкурентов в соц. сетях и мозгошторм идей для креативов исходя из позиционирования и коммуникационной стратегии NRG.

После подготовки основ, на протяжении первых 3 месяцев мы начали запускать рекламные кампании с целью “brand awareness” и “video views” в Facebook и Instagram, где демонстрировались тизерные видеоролики с 3D-анимациями, анонсирующие старт продаж NRG Oybek. Весомую роль в охвате максимально возможного количества целевой аудитории сыграл карантин, из-за которого все начали проводить больше времени в социальных сетях, находясь дома.

02

Сразу по готовности веб-сайта и начала активного процесса строительства проекта мы подключили рекламные кампании, которые направлены на нахождение аудитории в социальных сетях по интересам, предлагая перейти на сайт. Здесь нам понадобились ранее созданные аудитории, которые мы активно тестировали для нахождения наиболее заинтересованных в покупке людей.

Через несколько недель мы начали собирать пользователей, которые провели более 30 секунд на сайте, но не совершивших никаких целевых действий в единую аудиторию при помощи пикселя и ретаргетили их, мотивируя вернуться на сайт. Такой пользователь вероятнее всего заинтересовался нашим предложением, но возможно в тот момент времени ему было неудобно заполнять форму обратной связи, звонить в офис продаж или он был попросту отвлечен. Таким образом, сайт стал фильтром, выделяющим тех, кто потенциально заинтересован в покупке недвижимости.

Привлекаем аудиторию



Фиксируем на сайте заинтересованных



Находим похожие аудитории



Собираем лиды

Трафик-кампании в соцсетях

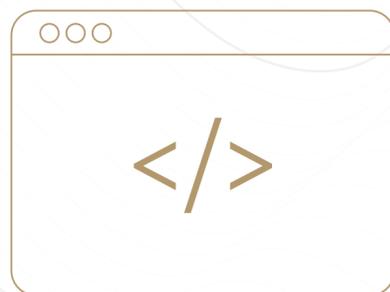
Сайт

Форма

Контекст

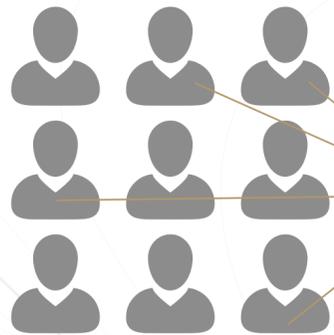
SEO

Рекомендации

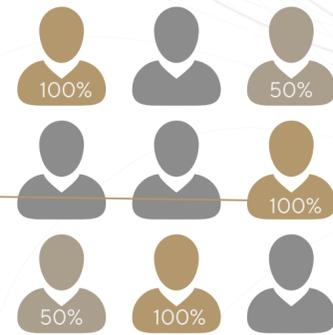


Затем, мы создали look-a-like аудиторию похожую на посетителей веб-сайта и предлагали им заполнить лид-форму, чтобы узнать подробнее о действующих предложениях. Новая аудитория стала наиболее лидогенерирующая.

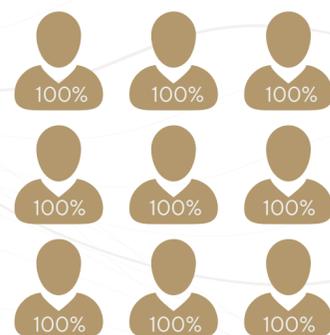
Посетители веб-сайта



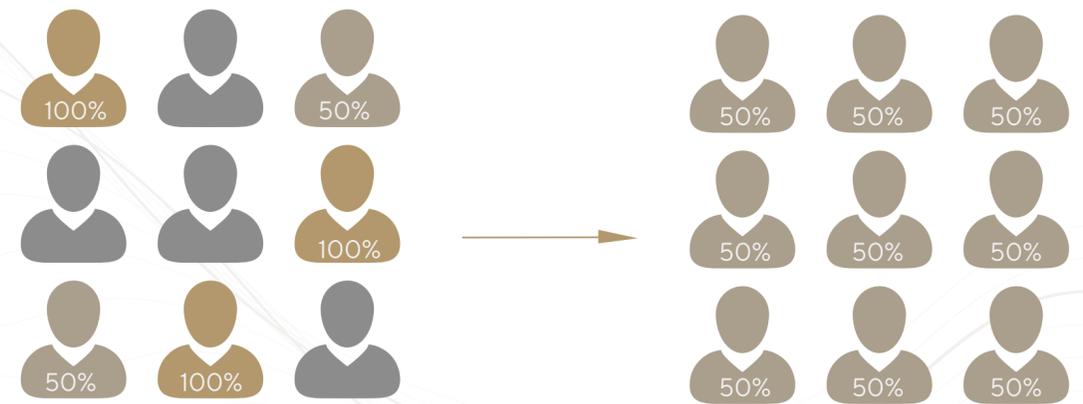
Совпадения



Lookalike audience



Помимо ориентира на 4 основных сегмента, явно заинтересованных инвестициями в недвижимость, мы предложили расширить аудиторию и выйти на потенциальных покупателей недвижимости, которые еще не задумывались о покупке квартир - людей далеких от рынка недвижимости и сферы инвестиций, но похожие по косвенным характеристикам на нашу ЦА.



Позднее в кампании появился и третий этап. У нас набралась аудитория тех, кто открыл форму, но не заполнил ее. За гипотезу мы все также взяли все то же предположение, что вероятнее всего был неподходящий момент.



Не обошлось без подводных камней. Хотя большинство потребителей начали проявлять интерес к проекту и активно консультироваться с персональными менеджерами, все же они не решались произвести покупку, так как сомневались в надежности нового застройщика. Чтобы снять все сомнения у таких потребителей на протяжении всего строительного процесса мы создавали видеоролики о прогрессе строительства и визуалы, которые демонстрировали результаты выполненных работ за квартал.

Помимо этого делался акцент на том, что NRG UZBEKISTAN был создан Murad Buildings и Bi Group, компаниями с колоссальным опытом в сфере девелопмента. Благодаря этому подходу, нам удалось преодолеть это препятствие и увеличить продажи квартир в ЖК.

03

После нахождения эффективной стратегии, которая позволяла нам выполнять все обозначенные KPI, нашей главной задачей являлось обновление всех рекламных кампаний, чтобы избежать спада результатов, ведь аудитории и креативы постепенно выгорают. Именно этим мы и занимались весь период активного этапа строительства NRG Oybek: оптимизировали и масштабировали кампании, корректировали интересы аудитории, подбирали наиболее результативные креативы.

Итоговая конфигурация кампании

К моменту написания этого кейса, рекламный проект NRG Oybek полностью завершен, а квартиры в ЖК полностью распроданы. Финальная и наиболее эффективная конфигурация выглядит следующим образом:

- Facebook служит площадкой для поиска аудитории по интересам, откуда мы отправляем пользователей на сайт.



- С помощью пикселя на сайте мы фиксируем посетителей и находим похожую аудиторию в соц. сетях.



- Ретаргетим пользователей, которые не совершили целевых действий в соц.сетях и на сайте специальными офферами.



- Показываем рекламу в Instagram и Facebook, предлагаем заполнить лид-форму.



- Общаемся не только с основными 4 сегментами. Привлекаем тех, кто интересуется и может купить квартиры, если о них хорошо рассказать.



- Постоянно обновляем наиболее эффективные типы креативов, добавляем живые фотографии и видео строительного процесса, информативные ролики с менеджерами

Результаты

За более чем два года мы и NRG Oybek проделали колоссальный объем работы, прошли путь от запуска проекта до 100% продажи всех имеющихся квартир жилого комплекса, сделав таргетированную рекламу основным инструментом продаж.

За это время мы:

Охватили

3 789 917

пользователей соц сетей

Привлекли

13 800

заявок через лид-формы Meta
по средней стоимости в \$3,45 за заявку

Получили

475 905

уникальных кликов
по средней стоимости в \$0,07 за клик

И что самое главное

Помогли продать

43%

Квартир в **NRG Oybek**
(согласно данным сквозной аналитики)

@nrg_uzbekistan

NRG TAXI
БЕСПЛАТНОЕ ТАКСИ

ЗАБОТА - ЭТО КОГДА КОМПАНИЯ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ УДОБСТВА ДЛЯ ВАС

NRG
МЫ СТРОИМ СЧАСТЬЕ

@nrg_uzbekistan

NRG

СКОРО!
СТАРТ ПРОДАЖ ВТОРОЙ ОЧЕРЕДИ!
ПОЛУЧИТЕ БОНУС!
5.000.000 СУМ

@nrg_uzbekistan

SMART HOME IP КАМЕРА

HD 1080p
НОЧНОЙ РЕЖИМ
WIFI КОНТРОЛЬ
ШИРОКО-УГОЛЬНЫЙ

NRG
МЫ СТРОИМ СЧАСТЬЕ

@nrg_uzbekistan

ТРЕХКОМНАТНАЯ КВАРТИРА

ГОСТИНАЯ, ОБЩАЯ КОМНАТА, ЛОДЖИЯ, ПРИХОЖАЯ, КУХНЯ

ДЕТСКАЯ, САМУЗЕЛ, САМУЗЕЛ ГОСТЕВОЙ, СПАЛЬНЯ

110M²

NRG
МЫ СТРОИМ СЧАСТЬЕ

@nrg_uzbekistan

Сурбек NRG

СТАРТ ПРОДАЖ

@nrg_uzbekistan

ЛОЙИХА ТОПШИРИЛИШИГА ОЗ КОЛДИ

1060 u-nrg.uz

@nrg_uzbekistan

ЛЁГКАЯ РАССРОЧКА

1060 u-nrg.uz

@nrg_uzbekistan

NRG TAXI
ВЫЗОВЕМ И ОПЛАТИМ ЗА ВАС ТАКСИ

1060 u-nrg.uz

@nrg_uzbekistan

NRG OYBEK
СДАЧА 1 ОЧЕРЕДИ

1060

@nrg_uzbekistan

ИПОТЕКА ЭКСКЛЮЗИВНО

19.9%

Первоначальный взнос 25%
Годовые 19.9% на 10 лет

NRG

@nrg_uzbekistan

СКИДКИ ДО 25%
СТАРТ ПРОДАЖ ПАРКИНГА
С 19 АВГУСТА

@nrg_uzbekistan

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ВЫГОДА ДО 31 000 000 СУМ

#ПомогаемСтроитьСчастье