

CELEBRITY
MARKETING



IN
REAL
ESTATE

CELEBRITY MARKETING СЕГОДНЯ

А

МЕДИЙНЫЕ ЛИЧНОСТИ
ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ
В КАЧЕСТВЕ АМБАССАДОРОВ
ПРОЕКТОВ НА РЫНКЕ
НЕДВИЖИМОСТИ — ДОЛЯ
ПРОЕКТОВ С СЕЛЕБРИТИ
НЕ ПРЕВЫШАЕТ 5%.

НА ОСНОВЕ ДАННЫХ WELHOME

В

ПРОЕКТЫ С МЕДИЙНЫМИ
ЛИЧНОСТЯМИ ПОЛЬЗУЮТСЯ
БОЛЬШИМ УСПЕХОМ
В ДРУГИХ ОТРАСЛЯХ. 86% ТОП
100 СИЛЬНЕЙШИХ ГЛОБАЛЬНЫХ
БРЕНДОВ ИСПОЛЬЗУЮТ
CELEBRITY MARKETING.

НА ОСНОВЕ ДАННЫХ TOP 100 BEST GLOBAL BRANDS 2016

CELEBRITY
MARKETING:

РОССИЙСКИЙ И
ЗАРУБЕЖНЫЙ
ОПЫТ

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ: БИЛАЙН & МТС

РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

СЕРГЕЙ СВЕТЛАКОВ УСПЕШНО СОТРУДНИЧАЕТ
С КОМПАНИЕЙ БИЛАЙН УЖЕ БОЛЕЕ 3 ЛЕТ.

МТС ТАКЖЕ ПРИВЛЕКАЕТ МЕДИАПЕРСОН. В 2015 ГОДУ
КОМПАНИЯ ХОТЕЛА ОТКАЗАТЬСЯ ОТ СЕЛЕБРИТИ В РЕКЛАМЕ,
ОДНАКО В 2016 ГОДУ ПОЯВИЛИСЬ НОВЫЕ РОЛИКИ
С ДМИТРИЕМ ПЕВЦОВЫМ И ДМИТРИЕМ НАГИЕВЫМ.

ЛИЦА БРЕНДОВ



БИЛАЙН: СЕРГЕЙ
СВЕТЛАКОВ (2013 — Н.В.)

МТС: ДМИТРИЙ
НАГИЕВ (2013 — Н. В.)



FMCG: NESPRESSO

РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

СОТРУДНИЧЕСТВО С КЛУНИ НАЧАЛОСЬ
В 2006 ГОДУ. ЗА ПЕРВЫЕ 5 ЛЕТ, С 2007 ГОДА,
КОМПАНИЯ УВЕЛИЧИЛА ДОЛЮ ПРОДАЖ
НА ЕВРОПЕЙСКОМ РЫНКЕ В 3 РАЗА.

VC.RU

WELHOME
WELHOME.RU
© 2004-2018

ЛИЦО БРЕНДА



NESPRESSO: ДЖОРДЖ КЛУНИ (2006 — Н. В.)



МОДА: ARMANI

РЕЗУЛЬТАТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

КРУПНЕЙШИЙ УНИВЕРМАГ В ЛОНДОНЕ
SELFRIDGES ЗАФИКСИРОВАЛ 150% РОСТ ПРОДАЖ
МУЖСКОГО БЕЛЬЯ В ПЕРВЫЕ ДНИ РЕКЛАМНОЙ
КАМПАНИИ.

VC.RU

WELHOME
WELHOME.RU
© 2004-2018

ЛИЦО БРЕНДА



ARMANI: ДЭВИД БЭКХЭМ (2007 — 2010)



**86% ТОП-100 СИЛЬНЕЙШИХ
ГЛОБАЛЬНЫХ БРЕНДОВ
С БОЛЬШИМ УСПЕХОМ
ВНЕДРИЛИ CELEBRITY
MARKETING В СОБСТВЕННЫЕ
СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ.**

НА ОСНОВЕ ДАННЫХ TOP 100 BEST
GLOBAL BRANDS 2016



ОПЫТ
ПРИВЛЕЧЕНИЯ
ЗВЕЗД НА РЫНКЕ
НЕДВИЖИМОСТИ

РОССИЯ VS ЗАПАД

МОСКВА

НА МОСКОВСКОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ ОБЪЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПРЕВЫШАЕТ ОБЪЕМ СПРОСА, И ЭТА ТЕНДЕНЦИЯ УСИЛИВАЕТСЯ. ДЕВЕЛОПЕРАМ ПОСТОЯННО НУЖНЫ НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ, ЧТОБЫ ВЫДЕЛИТЬСЯ СРЕДИ КОНКУРЕНТОВ.

ЛОНДОН / НЬЮ-ЙОРК

ВСЕГДА НАХОДИТСЯ ПОКУПАТЕЛЬ НЕДВИЖИМОСТИ, ТАК КАК ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ ОГРАНИЧЕНО. НЕТ НЕОБХОДИМОСТИ В ГЛОБАЛЬНОМ ПРОДВИЖЕНИИ — ОБЪЕКТЫ ХОРОШО ПРОДАЮТСЯ БЕЗ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСИЛИЙ.

ДОМА НА ОСТРОВЕ КОМО, ИТАЛИЯ

СИТУАЦИЯ

ДЛЯ РЕКЛАМЫ ДОМОВ В ИТАЛИИ НА ОСТРОВЕ КОМО В КАЧЕСТВЕ РЕКЛАМНОЙ НАЖИВКИ ИСПОЛЬЗОВАЛИ КЛУНИ, КОТОРЫЙ ПРОЖИВАЛ ПОБЛИЗОСТИ.

РЕЗУЛЬТАТ

ПО-СОСЕДСТВУ С КЛУНИ ЗАХОТЕЛИ ЖИТЬ МНОГИЕ: ПОСЛЕ РЕКЛАМЫ ЦЕНЫ НА НЕДВИЖИМОСТЬ В ТИХОМ И НЕБОЛЬШОМ ГОРОДКЕ ЛАЛЬО (LAGLIO) ВЫРОСЛИ В 10 РАЗ ЗА 10 ЛЕТ.



СТАТУС СЕЛЕБРИТИ





КЕЙСЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ



ЛЕГЕНДА ЦВЕТНОГО, ГОРОД СТОЛИЦ

Наоми Кэмпбелл
Capital Group

РЕЗУЛЬТАТ

- + Максимально широкий охват, так как Наоми является легендой для всех потенциальных покупателей.
- + Кампания принесла продажи.
- По окончании рекламы продажи быстро сошли на нет.



АПАРТ-ОТЕЛЬ YE'S

Илья Авербух
ГК Пионер

РЕЗУЛЬТАТ

- + Выбор персоны получил положительные оценки экспертов рынка недвижимости.
- Медийная сила селебрити была использована частично, в основном в период активных продаж.



ЖК ЗИЛАРТ

Звезды российской эстрады
Группа ЛСР

РЕЗУЛЬТАТ

- + Реклама имела большой охват и резонанс, что привлекло внимание к проекту.
- Отрицательные оценки профессиональных представителей рынка недвижимости.
- Проект был опошлен в глазах многих потенциальных покупателей.

ЖК РЕЗИДЕНЦИЯ КОМПОЗИТОРОВ

СИТУАЦИЯ

ДЕВЕЛОПЕР АFI DEVELOPMENT ПРИВЛЕК ЮРИЯ БАШМЕТА
В КАЧЕСТВЕ АРТИСТИЧЕСКОГО РУКОВОДИТЕЛЯ И ЛИЦА
НОВОГО ЖК БИЗНЕС-КЛАССА.

РЕЗУЛЬТАТ

НАБЛЮДАЕТСЯ РЕЗКИЙ РОСТ ПРОДАЖ ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ
СЕЛЕБРИТИ В ПРОЕКТ.



СТАТУС СЕЛЕБРИТИ



ЮРИЙ БАШМЕТ

СИТУАЦИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ

01

ОТСУТСТВИЕ ДЛИТЕЛЬНЫХ,
СТРАТЕГИЧЕСКИ
СПЛАНИРОВАННЫХ
МАРКЕТИНГОВЫХ КАМПАНИЙ
С МЕДИА ЛИЧНОСТЯМИ.

02

В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОЕКТА
НЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ
МАКСИМАЛЬНЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ МЕДИА
ЛИЧНОСТИ.

ПРЕИМУЩЕСТВА CELEBRITY MARKETING

01

ВЫСОКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ИЗ РАЗНЫХ СЕГМЕНТОВ К СЕЛЕБРИТИ И ИХ ПРОЕКТАМ.

02

КОЛОССАЛЬНЫЙ КРЕДИТ ДОВЕРИЯ К СЕЛЕБРИТИ, СФОРМИРОВАННЫЙ ГОДАМИ РАБОТЫ НАД СВОИМ ИМИДЖЕМ.

03

СЕЛЕБРИТИ — ЭТО МОЩНЫЙ УСИЛИТЕЛЬ БРЕНДИНГА. МЕДИА ЛИЧНОСТЬ ОБЕСПЕЧИВАЕТ ЛЮБОМУ ПРОЕКТУ ВЫСОКУЮ УЗНАВАЕМОСТЬ.