

Bydlení Jinočany – bytové domy E1, E2, E3

- Komplexní marketingový servis na klíč
- Všechny byty prodány do dubna 2025 dle plánu developera

Zadání

Bytové domy E1, E2 a E3 v rámci projektu Bydlení Jinočany představují poslední etapu rezidenční výstavby v oblíbené obci nedaleko Prahy. Každý dům obsahuje pouze 9 bytových jednotek a navazuje na úspěšně dokončené předchozí fáze projektu. Celý koncept klade důraz na praktické dispozice, klidnou lokalitu, dobré spojení s Prahou a výhodné propojení městského a venkovského způsobu života.

Všechny byty disponují balkonem, terasou nebo předzahrádkou, nechybí ani garáž s možností připojení elektromobilu, izolační trojskla nebo příprava na venkovní žaluzie. Projekt míří na cílové skupiny, které hledají dostupné, ale kvalitní bydlení v dojezdové vzdálenosti do centra.



Cíle a strategie

Cílem kampaně bylo efektivně odkomunikovat poslední fázi výstavby bytových domů, podpořit prodej a zároveň zvýšit povědomí o celém projektu Bydlení Jinočany, který už v předchozích etapách prokázal svou životaschopnost. Zaměřili jsme se na kombinaci výkonnostního marketingu, brandové komunikace a silného lokálního zásahu. Online kampaň zahrnovala PPC reklamu přes Google Ads a Sklik, dynamické kampaně na Facebooku a Instagramu a také remarketingové aktivity. Nechyběla inzerce na realitních portálech, jako jsou Sreality.cz a reality.iDNES.cz. Současně jsme zvolili i offline kanály – billboardovou reklamu v okolí projektu a tištěnou inzerci v lokálních a regionálních médiích, abychom oslovili širší cílovou skupinu, včetně obyvatel okolních obcí a investorů hledajících stabilní příležitosti mimo centrum hlavního města.

Komunikace stavěla na silných stránkách projektu – komorním charakteru výstavby, moderním standardu vybavení, skvělé dostupnosti do Prahy a možnosti využít byty jak pro vlastní bydlení, tak jako dlouhodobou investici.

Výsledek

Prodej bytových jednotek byl zahájen 30. června 2023 a ukončen v srpnu 2025. Během dvou let se podařilo úspěšně prodat všechny byty. Zájem byl kontinuální – i v době útlumu rezidenčního trhu v roce 2022 se byty prodávaly téměř bez slev, doprodej posledních jednotek pak proběhl za navýšené ceny doporučené LEXXUS NORTON, aby developer maximalizoval svůj zisk.

Projekt zaujal zejména mladé páry, rodiny s dětmi i jednotlivce, kteří hledají kompromis mezi klidným bydlením a dostupností do centra Prahy. Významnou roli sehrál i růst značky samotného projektu, který si za několik let existence vybudoval pozitivní reputaci.