

Case study: Nová Květnice

- **Tvorba kompletního kreativního konceptu**
- **Efektivní prodej díky interní databázi**

Zadání

Cílem developera bylo v oblasti Praha-východ vybudovat projekt s dvoupodlažními rodinnými domy, konkrétně samostatně stojící, řadové a dvojdomy s dispozičním řešením 4+kk a 5+kk. V první etapě se jedná o 22 rodinných domů.

Cíle a strategie

K projektu jsme pro developera vypracovali kompletní kreativní koncept (s výjimkou názvu projektu a loga).

Navrhli jsme vhodný mediální mix a zprostředkovali jednotlivá média a kampaně. Veškeré marketingové náklady u tohoto projektu hradí na základě dohody developer.

Projekt jsme marketingově podpořili v rámci interních marketingových kanálů – vlastní databáze čítající více než 30 000 aktuálně poptávajících klientů – a na dlouhodobě budovaných firemních profilech na Facebooku a Instagramu. Zajistili jsme také export inzerce na vybrané nejefektivnější realitní servery.

Výsledek

Předprodej jsme zahájili 3. 2. 2021 oslovením klientům z interní databáze společnosti LEXXUS. K oficiálnímu zahájení prodeje pak došlo 8. 2. 2021. Ceny domů začínaly na ceně 8 500 000 Kč.



Z celkem 22 rodinných domů první etapy projektu jsme během prvního měsíce uzavřeli smlouvu na 10, tedy téměř polovinu. Většina těchto prodejů se uskutečnila právě díky kontaktům z naší databáze.

Zvýšený zájem nás vedl ke zvýšení ceny o zhruba 500 000 Kč. Po šesti měsících se nám podařilo prodat už 17 z celkových 22 domů.