

Case study: Rezidence Meteorologická

- **Tvorba a provedení kompletní marketingové strategie**
- **Zrychlení prodeje díky interní databázi klientů**

Zadání

Developer se rozhodl v klidné části Prahy 4 vystavět soubor 7 rodinných domů. Třípodlažní řadové domy s dispozicemi 5+kk, garáží integrovanou v domě, soukromou zahradou a terasou v posledním patře.

Ke spolupráci na tomto projektu nás developer přizval ve fázi schváleného územního rozhodnutí. Krom prodeje všech jednotek požadoval kompletní online i offline marketingové služby.

Cíle a strategie

Pro projekt jsme ihned po zahájení spolupráce navrhli strategický mediální plán. Po jeho odsouhlasení developerem jsme kompletní vizuální identitu včetně loga a grafického manuálu.

Pokračovali jsme tvorbou prezentací, katalogových listů, šablon pro newsletter a textací pro online reklamu.

V marketingovém mixu jsme využili PPC, kampaně na Facebooku a Instagramu. Velmi účinným nástrojem byl také newsletter, který obdrželo více než 30 000 relevantních kontaktů z naší interní databáze – využili jsme jak pravidelný obecný newsletter, tak dvě vlny věnované pouze tomuto projektu.



Postarali jsme se o umístění projektu na webech a realitních serverech, a to včetně speciálních pozic. Projekt jsme také propagovali v magazínu Norton, který kvartálně vychází v nákladu 6000 výtisků a dostávají jej všichni VIP klienti a B2B partneři společnosti LEXXUS.

Výsledek

Prodej projektu začal v lednu 2021 a skončil v červnu téhož roku. Během prodeje jsme vyhodnotili zesílený zájem, dvakrát jsme proto zvýšili cenu.

Nejdražší dům jsme prodali za 18 900 000, nejlevnější za 17 300 000 korun. DPH do ceny v tomto případě nevstupovalo.

Při prodeji se nám podařilo optimálním způsobem využít interní zdroje a vlastní komunikační kanály. Důležitou roli sehrála vlastní databáze. To vše se příznivě projevilo nadstandardně rychlým prodejem všech jednotek a zároveň sníženou cenou za kompletní marketingový servis.