

Case study: Vily Horoušánky

- **Tvorba i realizace marketingové strategie**
- **Silný prodej díky efektivní kampani**



Zadání

Ve vesnici v okrese Praha-východ se developer rozhodl postavit šest luxusních vil s dispozicí 4+kk.

Společně s prodejem jsme dostali za úkol také vytvořit kompletní online i offline marketing projektu.

Cíle a strategie

Pro projekt jsme sestavili vhodný mediální mix, kompletní marketingovou a prodejní strategii. Postarali jsme se také o celou kreativní stránku,

od názvu, přes logo a claim až po vizuální koncept. Vytvořili jsme i prezentace, katalogové listy, šablony pro newsletter a texty pro online reklamu.

V marketingovém mixu jsme využili jak PPC, tak kampaně na sociálních sítích Facebook a Instagram. Efektivně jsme využili newsletter, který obdrželo více než 30 000 relevantních kontaktů z naší interní databáze.

Postarali jsme se také o umístění projektu na webech a realitních serverech, a to včetně speciálních pozic.

Výsledek

Prodej jsme zahájili 18. 6. 2020, tedy po prvním vlně pandemie covid-19. Zahajovací ceny všech nabízených vil byly 11 532 000 Kč, velký zájem nás vedl k jejich navýšení – zatím poslední vilu jsme prodali za 15 000 000 Kč.

Zbývajících vil po 16 měsících od zahájení prodeje projektu nabízíme za 16 550 000 Kč.