

Bydlení Jinočany – rodinné domy BETA 2

- Komplexní marketingová a prodejní strategie projektu

Zadání

Projekt Bydlení Jinočany je součástí dlouhodobého rezidenčního rozvoje obce nedaleko Prahy, který byl zahájen v roce 2013. Postupně zde vzniklo více než 150 bytů a 70 rodinných domů.

Úkolem LEXXUS NORTON bylo zajistit kompletní marketingový a prodejní servis rodinných domů ve fázi BETA 2.

Rodinné domy jsou navrženy s důrazem na praktické dispozice 4+kk a 5+kk, s vlastními zahradami, garáží a v klidném prostředí s výbornou dostupností do Prahy. Projekt cílí na rodiny hledající rovnováhu mezi městským komfortem a klidným bydlením v zeleni.



Cílem kampaně bylo:

- efektivně odkomunikovat výhody rodinného bydlení v Jinočanech ve všech MKT
- dosáhnout stabilního tempa prodeje bez nutnosti cenových zvýhodnění a při efektivně nastaveném marketingovém rozpočtu
- budovat dlouhodobě značku projektu jako kvalitního rodinného bydlení mimo hlavní město

Marketingová strategie kombinovala výkonnostní marketing (PPC kampaně Google Ads, Sklik, Meta), práci s realitními portály (Sreality.cz, Reality.iDNES.cz, Expats.cz), remarketingové kampaně, OOH podporu v místě projektu a okolí, video prezentaci, nativní inzerci v online médiích a důraz na kvalitní vizuální prezentaci projektu.

Komunikace stavěla na kvalitním standardu domů, praktických dispozicích, dostupnosti do Prahy a atraktivitě projektu pro rodiny s dětmi.

Výsledek

Prodej rodinných domů ve fázi BETA 2 byl úspěšně dokončen dle plánu developera. Domy se prodávaly stabilně i v období útlumu rezidenčního trhu a bez nutnosti poskytování slev.

Projekt zaujal zejména mladé rodiny, které hledaly kvalitní bydlení v klidné lokalitě s dobrou dostupností do hlavního města.