

Анна Иванова, бренд-менеджер СГ СМ.СИТИ

СМ
СИТИ

СТРОИТЕЛЬНАЯ ГРУППА

ФОРМИРОВАНИЕ АТМОСФЕРЫ ДОБРОСОСЕДСТВА

Бренд и репутация застройщика



О компании



ГК CM.СИТИ основана в 2006г.

За 18 лет построены:

3 жилых района и 3 сити-квартала

в т.ч.

51 жилой дом,

12 000 квартир,

755 450 кв.м. жилья,

80 650 кв.м. коммерческой недвижимости.

Награды:

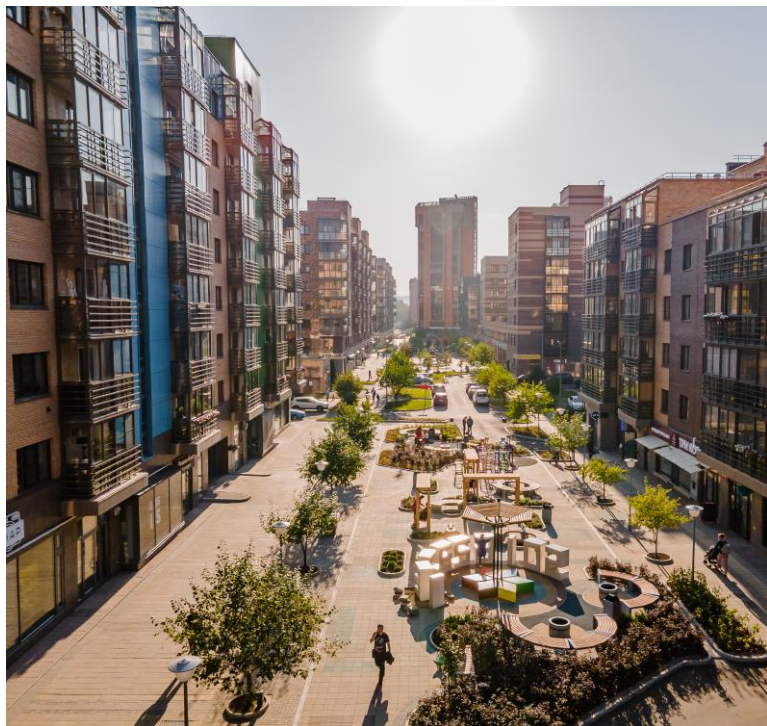
2020 – жилой район Южный берег – лауреат XII федеральной премии жилой городской недвижимости Urban Awards

2021 – жилой район Южный берег победа в номинации «Лучший проект комплексного развития территорий»

2023 – «Лето на Южном берегу» – серебро премии WOW AWARDS в номинации «Мероприятие»

«Хард» и «Софт»

В социокультурном проектировании районов



«Хард»

В социокультурном проектировании районов



- Культурные центры на первых этажах
- Общественные пространства по внешнему периметры закрытого двора
- Торговая улица для бизнеса

«Софт»

В социокультурном проектировании районов



- Имиджевые события городского уровня от застройщика
- Общий регулярный событийный фон от УК
- Активное включение бизнеса
- Инициативы жителей



Впечатление + контент

«Квартира академика»

Культурный центр сити-района Академгородок



Для жителей:

- Социальная инфраструктура и лучшие культурные события города у дома
- Место диалога с УК и застройщиком
- Комьюнити-центр
- Коворкинг

Для застройщика:

- Точка притяжения холодной аудитории
- Усиление бренда застройщика

Культурный событийный фон

Летний сезон



Для жителей:

- Общее настроение и ощущение «дома»
- Соучастие в жизни района
- Комьюнити-центр
- Повод для гордости

Для застройщика:

- Точка притяжения холодной аудитории
- Усиление бренда застройщика

Культурный событийный фон

Зимний сезон



Для жителей:

- Общее настроение и ощущение «дома»
- Повод выйти на прогулку в мороз
- Районные & семейные традиции
- Комьюнити-центр
- Повод для гордости

Для застройщика:

- Точка притяжения холодной аудитории
- Усиление бренда застройщика

Кейс: RallyDog

Коллаборация с бизнесом



Для жителей:

- Соучастие в жизни района
- Комьюнити-центр
- Повод для гордости
- Досуг и развлечения у дома

Для застройщика:

- Снижение маркетинговых затрат
- Точка притяжения холодной аудитории
- Усиление сигнала о Pet-friendly районе
- Усиление бренда застройщика

Кейс: Соседский вечер

Традиционное событие для новосёлов



Для жителей:

- Общее настроение и ощущение «дома»
- Знакомство с соседями
- Возможность соучастия
- Повод для гордости

Для застройщика:

- Снижение градуса синдрома новосёла
- Усиление бренда застройщика



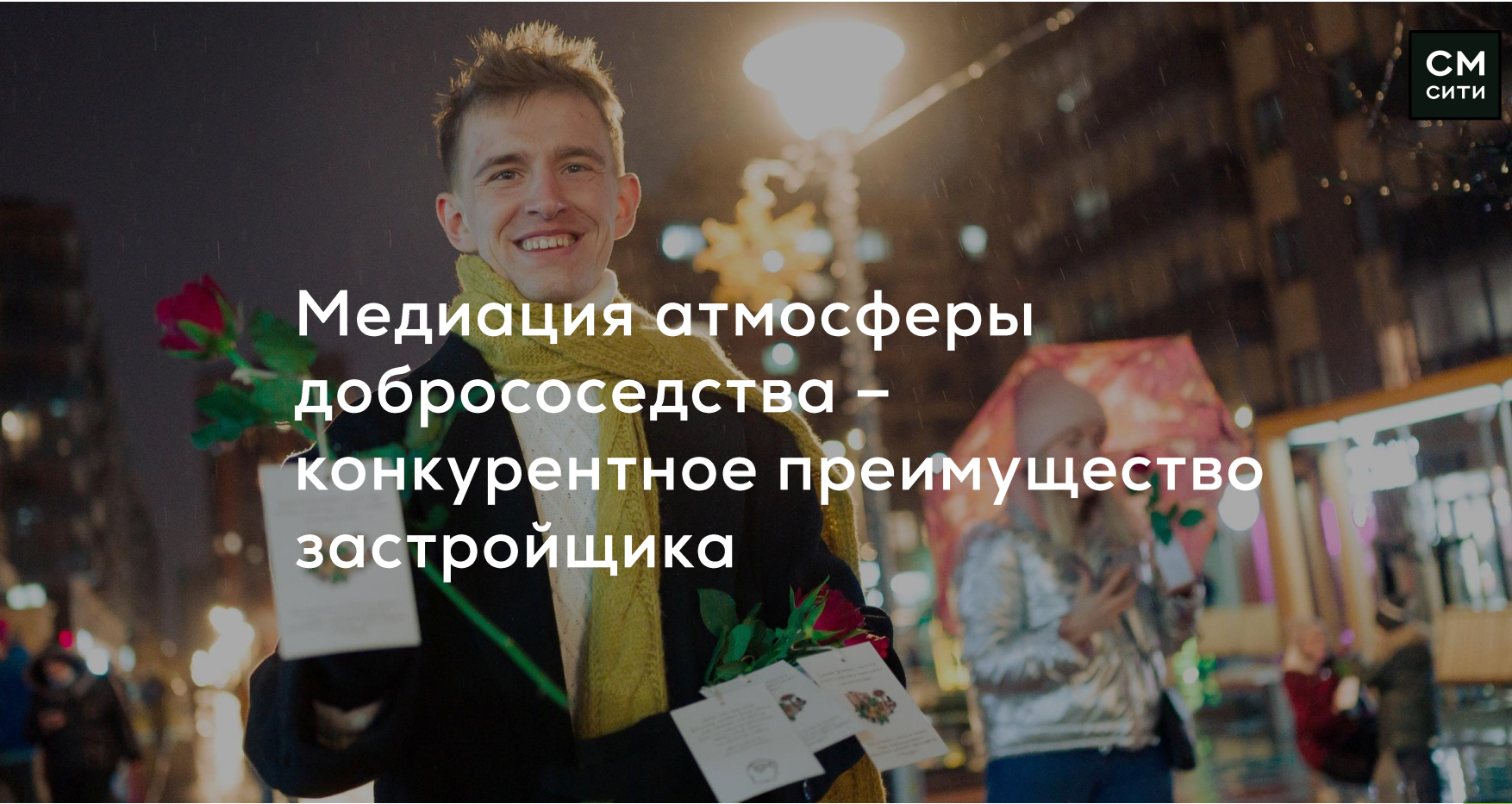
СТРОИТЕЛЬНАЯ ГРУППА



СОБЫТИЯ

ДРУЖЕЛЮБНОСТЬ
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ РАЙОНОВ
ДЕТСТВО
ОТКРЫТОСТЬ
БЕЗОПАСНОСТЬ
АРТ-ОБЪЕКТЫ
ЛИФТЫ
ГЛУБИНА
ПЕРФОМАНСЫ
ВОВЛЕЧЕНИЕ
ДОМОВЫЕ ЧАТЫ
ТЕНДЕНЦИИ
СОУЧАСТВУЮЩЕЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ
ДОБРОСОСЕДСТВО
ТРАДИЦИИ
ЗАБОТА
ЭСТЕТИКА



A young man with short brown hair, wearing a dark jacket and a yellow scarf, is smiling warmly at the camera. He is holding several red roses and some white brochures. The background is a blurred night scene with city lights and other people, suggesting a public event or festival.

Медиация атмосферы
добрососедства –
конкурентное преимущество
застройщика



СТРОИТЕЛЬНАЯ ГРУППА

Спасибо за внимание

sm-city.ru