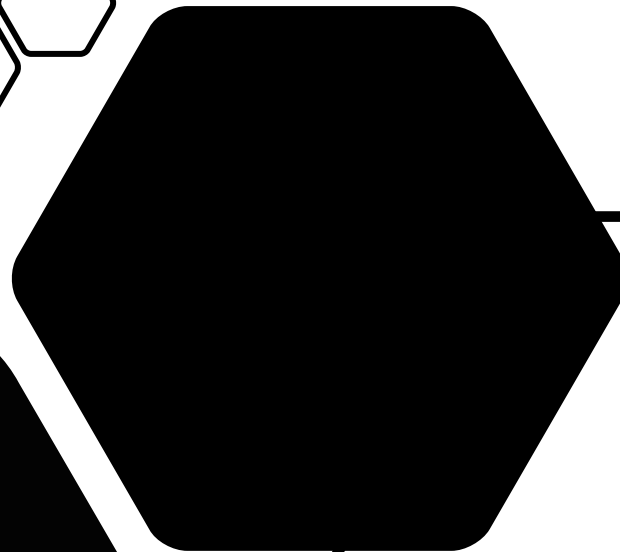
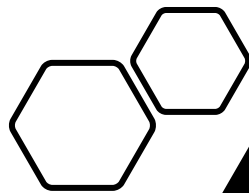
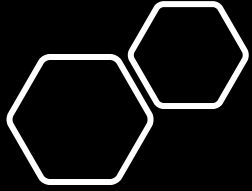


кейс





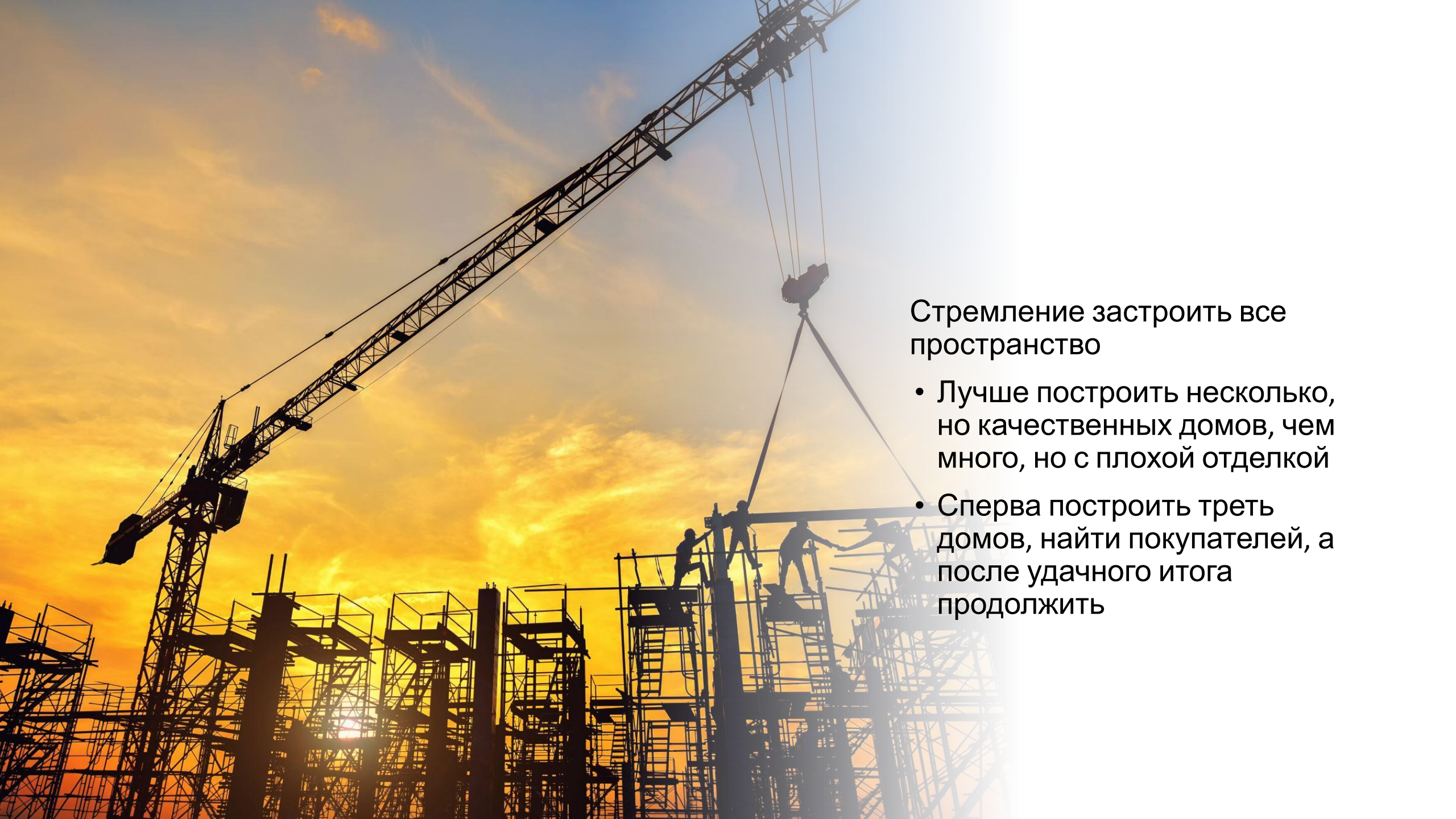
# Ответы на поставленные вопросы

Решение вполне удачное, если грамотно подойти к реализации.

Причина неудач на мой взгляд в том, что направлен проект на узкую аудиторию. Так как посёлок клубный, то, следовательно направлен на молодую аудиторию, а она зачастую не имеет своего капитала в большом количестве.

Решение:

Расширить целевую аудиторию и поменять описание поселка на «Уютный живой комплекс, где можно почувствовать себя спокойно, а так же активно провести свой досуг».



Стремление застроить все пространство

- Лучше построить несколько, но качественных домов, чем много, но с плохой отделкой
- Сперва построить треть домов, найти покупателей, а после удачного итога продолжить

Рекламные компании:

Не следует распыляться и лепить рекламу где попало

- Достаточно два-три, но выгодных варианты:
- Реклама на радио (в дороге каждый второй слушает радио)
- Рекламные блоки (около месторасположения-это заставит потенциальных покупателей ненароком заглянуть и посмотреть на новый комплекс)
- Социальные сети (быстрое распространение информации для молодой аудитории)