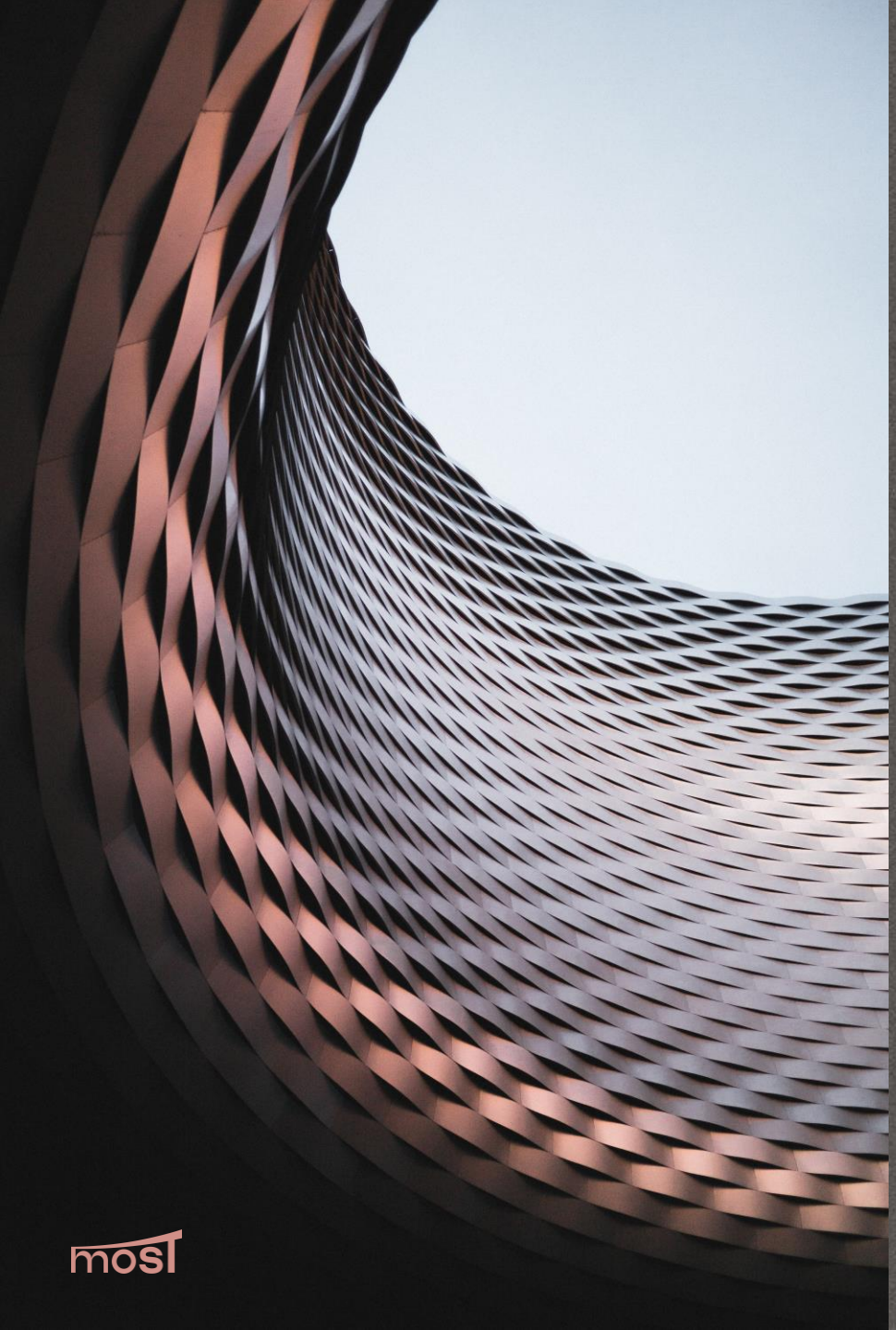
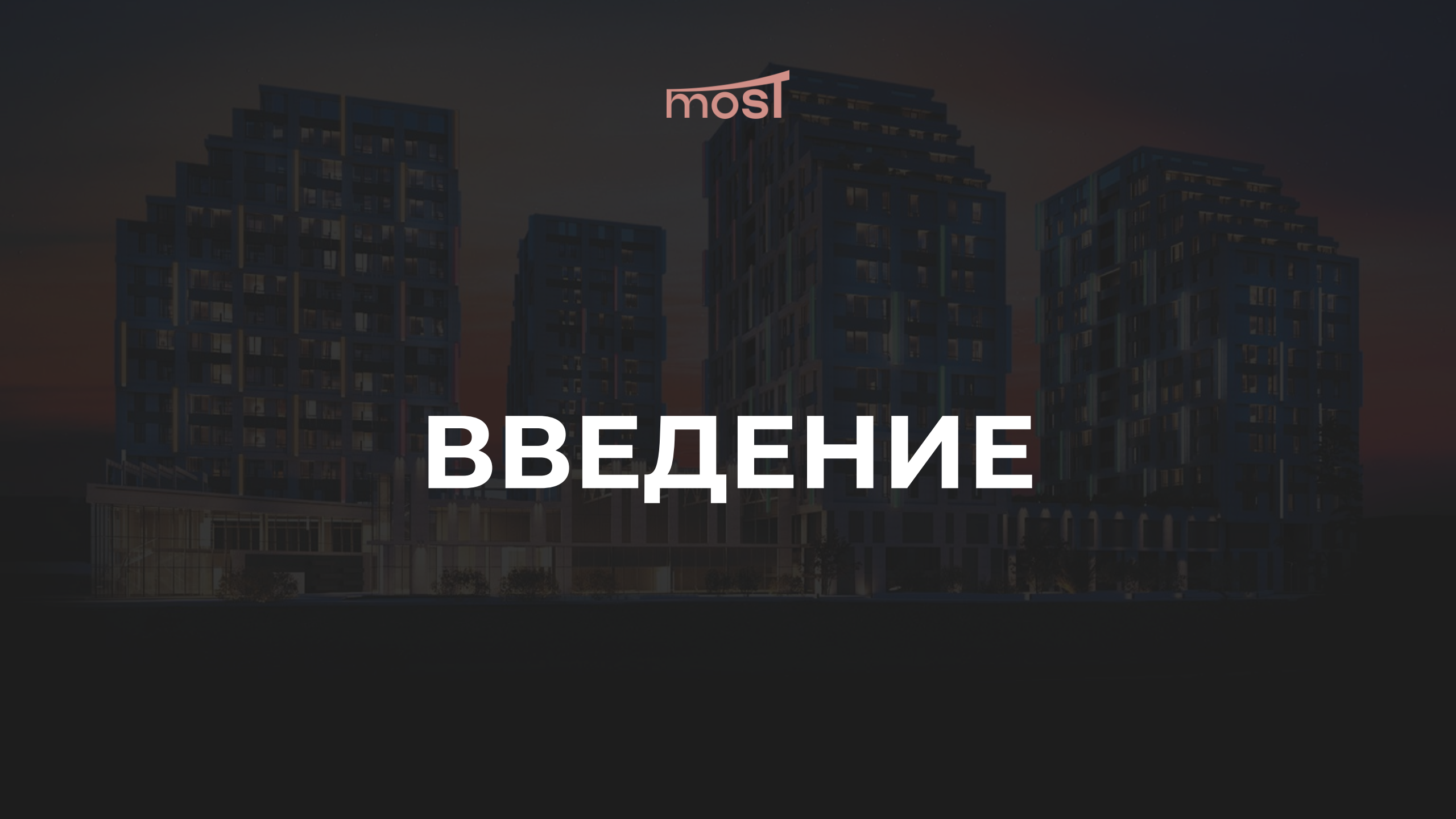


Создание концептуального девелоперского проекта

от идеи до реализации

most

создаём проекты, которые продаются ДОРОГО



ВВЕДЕНИЕ

2 типа проектов:

Масс-маркет **VS** Нишевый продукт





Масс-маркет

- большой объем застройки
- комфорт-класс

Основной триггер продажи: цена и репутация застройщика (надёжность)

ПИК самолет





Нишевые (концептуальные)

- небольшой проект
- комфорт-класс, бизнес-класс, премиум-класс
- премия к рынку

Основной триггер продажи: соответствие проекта моим ценностям







Нишевые (концептуальные)







Альфа – центр притяжения лидеров

- ЦА: молодые агрессивные бизнесмены
- Метафора: гепард
- RTB:
  - Архитектура: современная
  - Зарядки для электрокаров (2017)
  - Умный дом (2017)

La vita – вкус итальянской жизни

- ЦА: молодые семьи с потребностью в ярких эмоциях
- Метафора: виноград
- RTB:
  - Архитектура: итальянская
  - Открытая кухня с печью для пиццы
  - Виноград, лимоны в озеленении
  - Кинотеатр на улице

Kings & Sons – у каждой истории есть своё начало

- ЦА: дети-мажоры
- Метафора: король
- RTB:
  - Архитектура: (?)
  - Вид на МГУ
  - Зона для чтения

Нишевые (концептуальные)

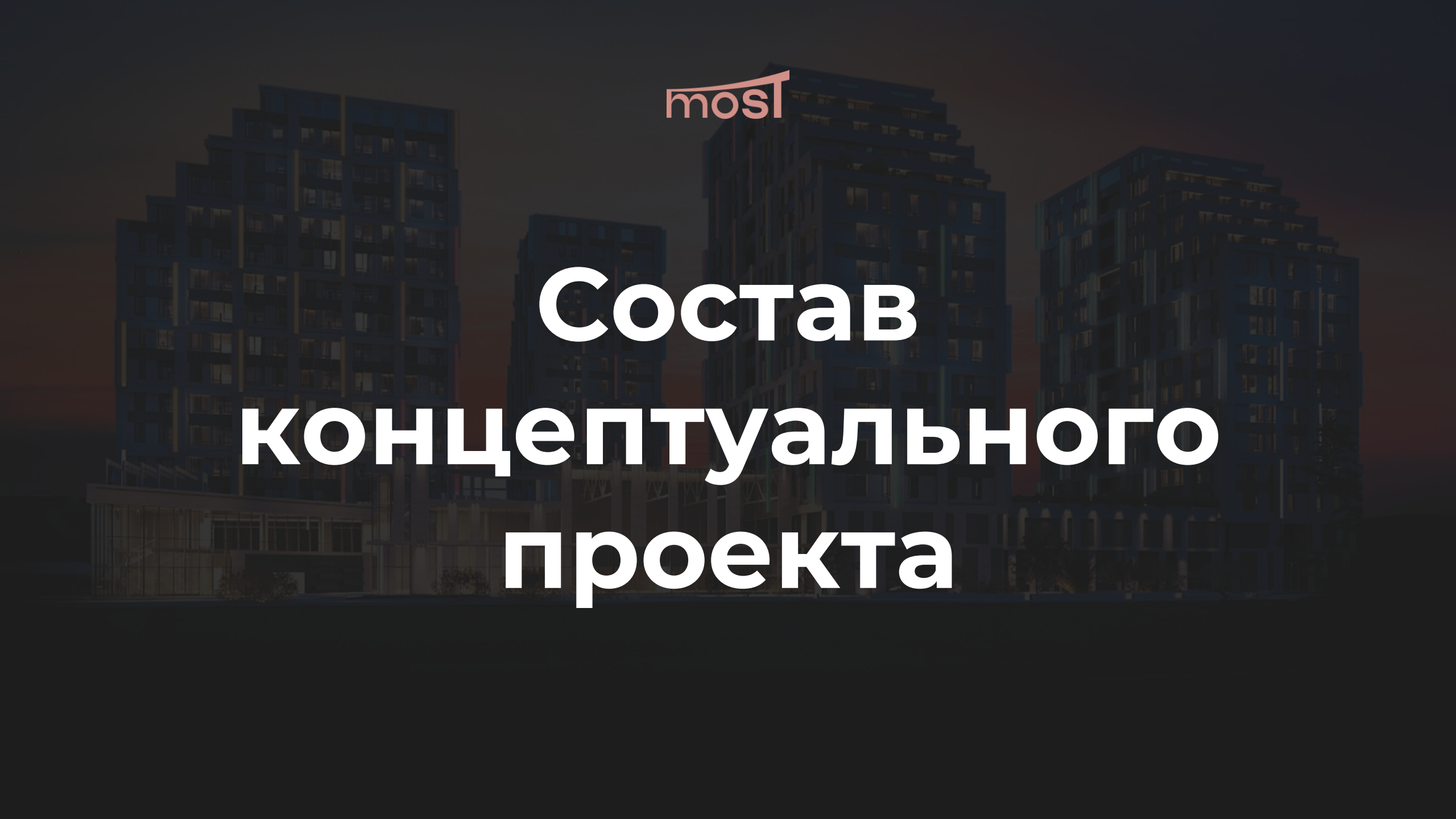
плюсы

- выше LLCR
- ниже стоимость сделки

минусы

- сложность создания
- срок "раскачки"



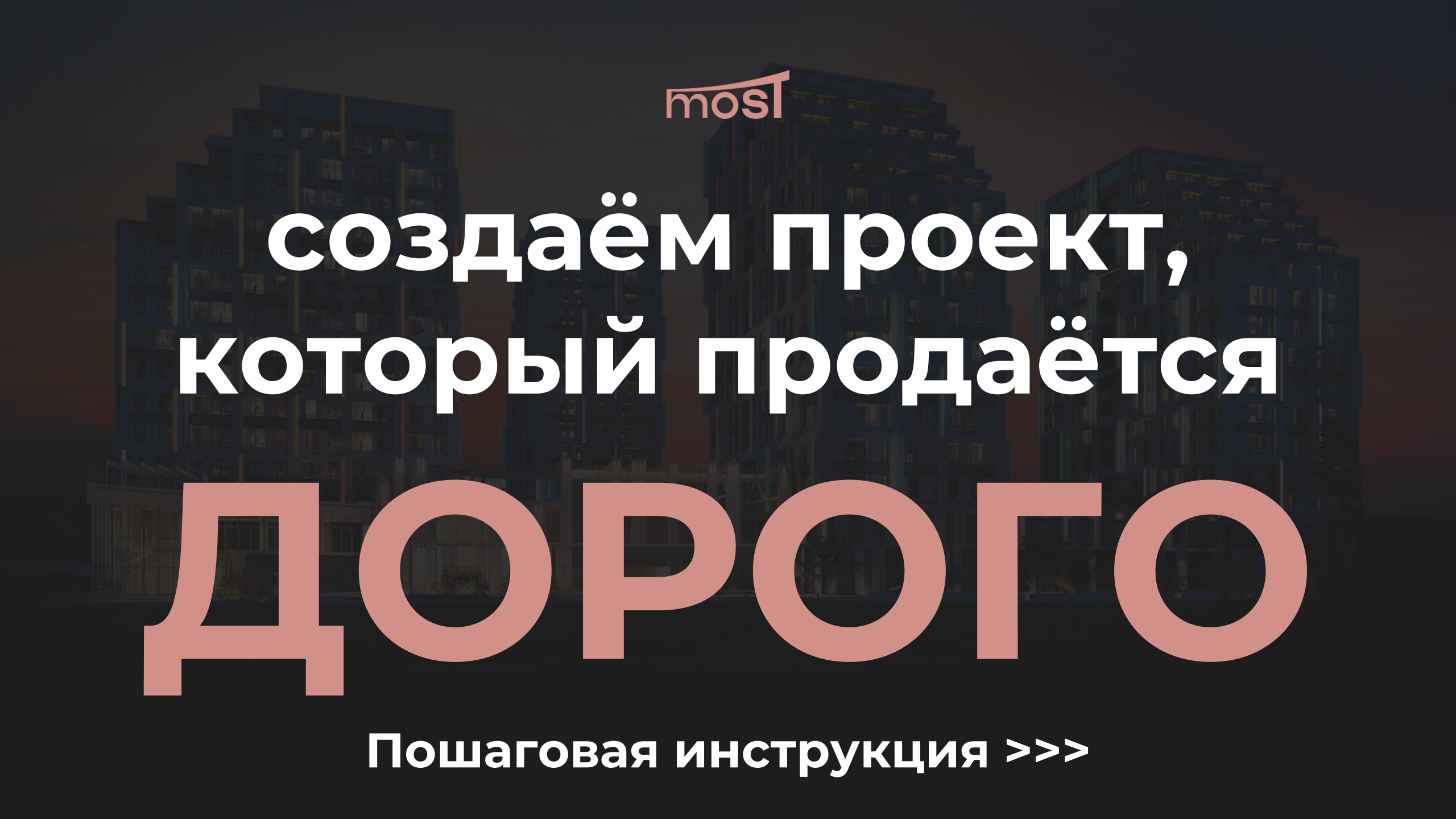


Состав концептуального проекта

Концептуальный* проект

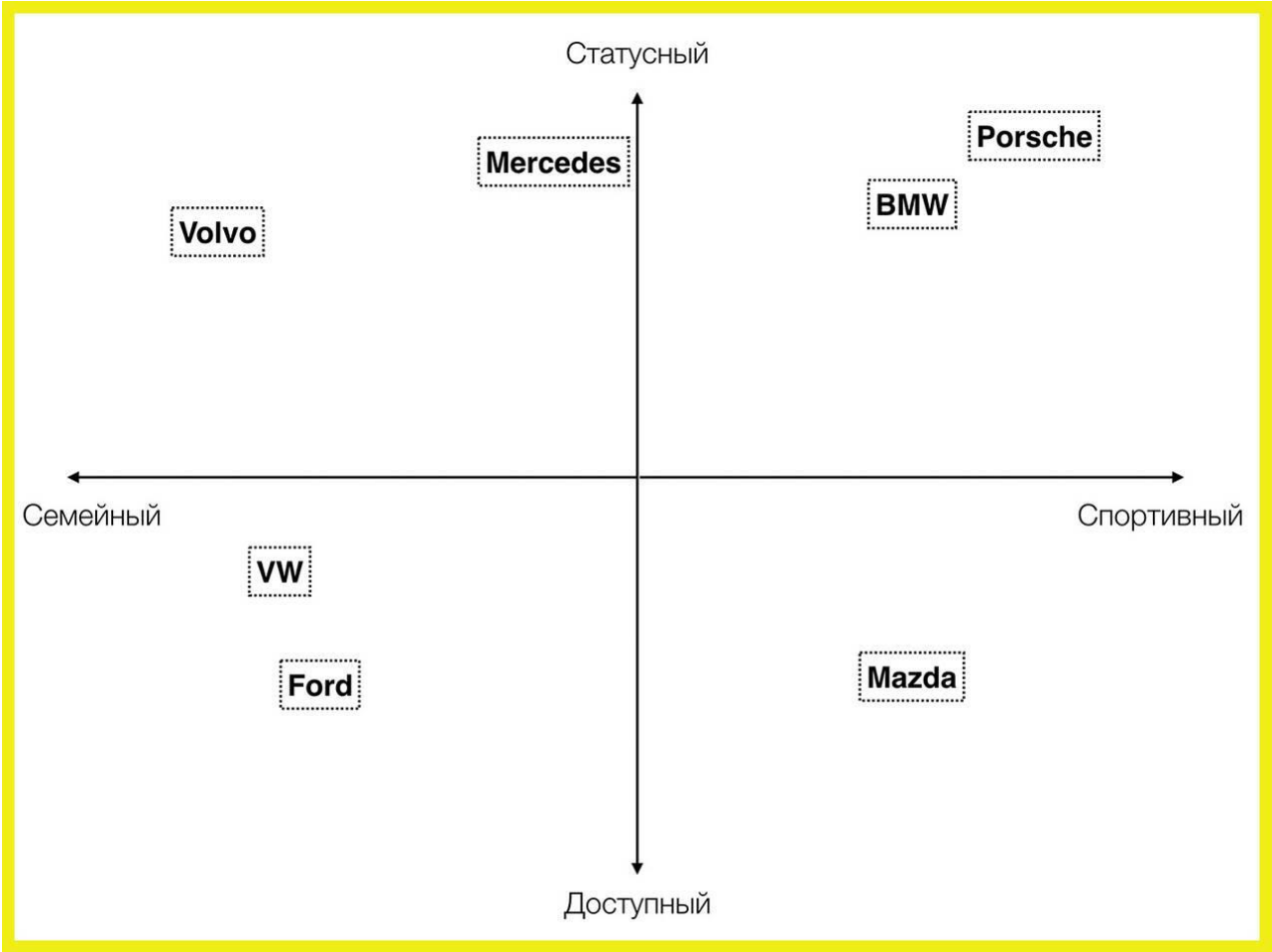
**Концепция - ведущий замысел, конструктивный принцип*




most
создаём проект,
который продаётся
ДОРОГО
Пошаговая инструкция >>>

Шаг 1. Аналитика (определяем контекст)

- особенности локации (ключевые преимущества)
  - Логистика, окружение, класс, инфраструктура и т.д.
- карта позиционирования конкурентов



Шаг 2. Выбираем свой квадрат



Шаг 3. Разбираем по косточкам нашу ЦА

- Психотипирование
- Управляющие страхи
- Управляющие желания
- Как проводит время, какие цвета любит, как мыслит, как говорит, как покупает





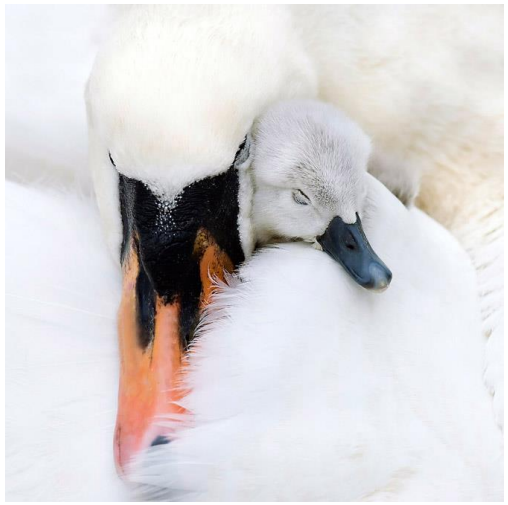
Целевая аудитория

(Ядро)

- Тип личности: Независимый*-круг**
- Ключевые ценности: свобода, общение, комфорт, здоровье, самосовершенствование, индивидуальность.
- Управляющие желания: расширение собственных возможностей в разных сферах: здоровье, знание (саморазвитие), творчество
- Управляющий страх: Повышенная тревожность, саморефлексия склонность к самокопанию (от собственных физических ощущений, до неуверенности в других сферах), остановиться в развитии, потерять вдохновение
- Речь: в лексиконе Независимых преобладают такие слова как: «интересно», «новое», «творить», «фантастика», «свобода выбора»
- Позитивные стороны: доброжелательность, щедрость, работоспособность, заботливость, индивидуальность, увлеченность

**Е.И. Громова М.В. Герасимова Психографическая методика "Ценности" 2004 г.*
***Доктор Сьюзен Деллингер "Система анализа личности "Психогеометрия" 1978г.*

Шаг 4. Формулируем позиционирование



Центр укрепления иммунитета



- ищем ценности, на которых "играет" мало конкурентов
- проверяем, чтобы у людей с этими ценностями были деньги
- проверяем, чтобы таких людей хватило на нашу ёмкость



"Моменты" - прочувствуй жизнь всеми пятью чувствами

ЦА: эмпаты-романтики

Продукт: апартаменты на море, гамаки на балконах, купола на кровле для наблюдения за звездами и тд



"La vita" - вкус итальянской жизни

ЦА: "люди ярких воспоминаний"

Продукт: тауны и виллы в итальянском стиле, кино под открытым небом, кухня с печью для пиццы и т.д.



"Династия" - дом семейных ценностей

ЦА: семьи с детьми

Продукт: консервативные загородные дома, инфраструктура для детей

Метафора: древо жизни



"Альфа" - центр притяжения лидеров

ЦА: молодые бизнесмены

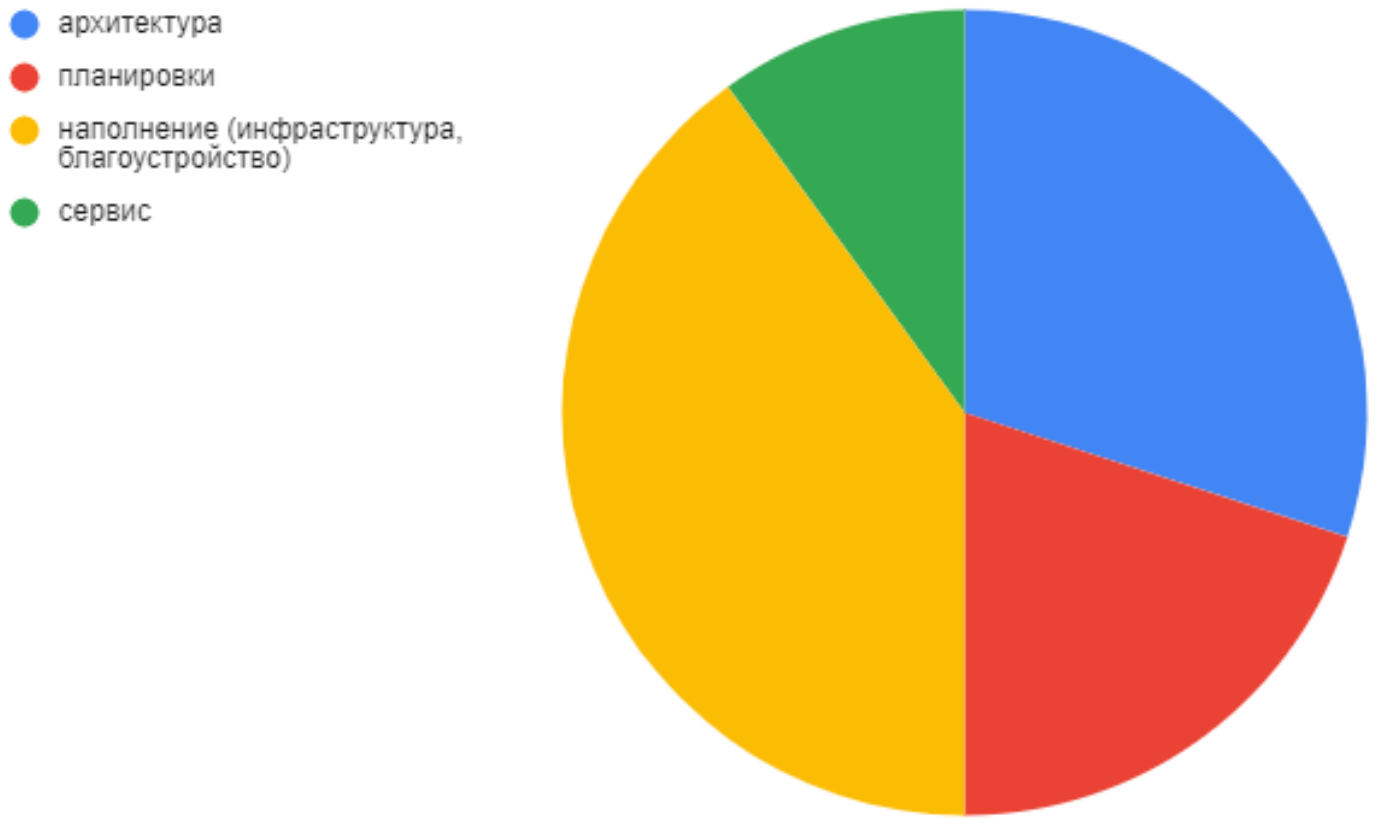
Продукт: современная архитектура, свободная планировка и тд

Метафора: черный гепард

Шаг 5. Описываем колесо бренда



Атрибуты - Reason to believe - Физические подтверждения ценностей



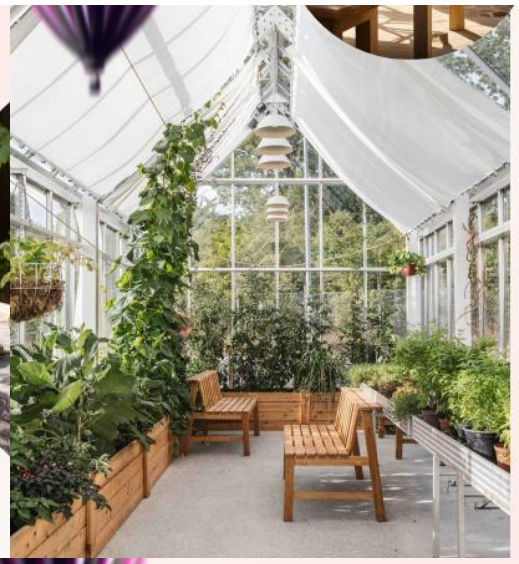
Атрибуты - Reason to believe - Физические подтверждения ценностей

МАНГАЛЬНАЯ ЗОНА

С БЕСЕДКАМИ

Мангальная зона с беседками позволит круглый год устраивать добрососедские и семейные посиделки на свежем воздухе! Качественные стационарные мангалы, раковины, столики, подсветка и возможность подключить любимую музыку создадут уют и атмосферу праздника. Здесь можно приготовить вкусный семейный ужин, разнообразив будничный вечер, или собрать большую барбекю вечеринку, куда можно пригласить родных, друзей и соседей.

Места хватит всем!







ТЕПЛИЦЫ

СВЕЖИЕ ОВОЩИ И ЗЕЛЕНЬ СО СВОЕГО ОГОРОДА!

Благодаря большим дворовым теплицам можно выращивать на собственной грядке ингредиенты для ваших любимых блюд. Откройте в себе садовода: выбирайте и сажайте семена, ухаживайте за саженцами и наблюдайте, как они растут, а затем обменивайтесь урожаем с соседями или приглашайте их на дегустацию салата из своих сочных огурчиков и помидорчиков.





БУЙСТВО ЗЕЛЕНИ, ЦВЕТОВ И ФРУКТОВ

Жить на юге — значит быть там, где круглый год греет солнце, расцветают прекрасные цветы, поют птицы и шелестит листва. Озеленение жилого квартала «Сок» поражает воображение: вьющийся виноград с сочными гроздьями, яркие мандариновые деревья, растущие в горшках кустики со спелой клубникой... Свой собственный райский сад с фруктами и ягодами, который ежедневно радует глаз и дарит ощущение счастья!









ТУРНИРНАЯ

В квартале «СОК» будут проходить не только спортивные, но и интеллектуальные турниры! Для этих целей на территории организована Турнирная на свежем воздухе со столами, разлинованными под различные виды игр, где можно весело и разнообразно проводить время с семьей и друзьями. Шахматы, шашки, домино, настолки — выбирайте развлечение под настроение и сразитесь в битве умов с теми, кто бросит вам вызов!







СОК

ЖИЛОЙ КВАРТАЛ

Крым,
г.Евпатория, ул. 9 Мая

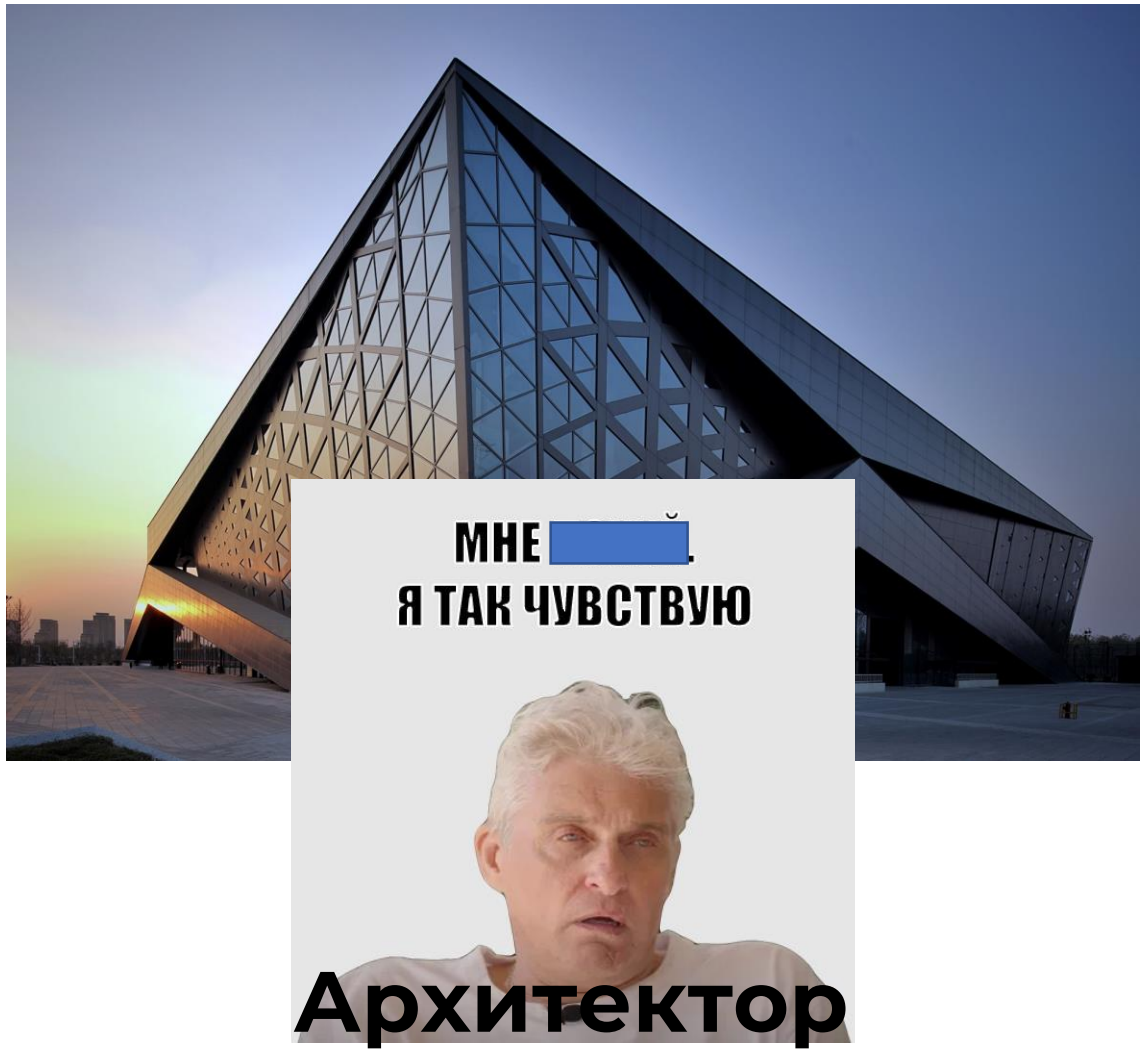
Шаг 6. ТЗ на проектирование

Техническое задание на типы недвижимости и наполнение комплекса исходя из потребностей ЦА + возможностей участка:
в части архитектуры:
этажность и количество строений; наличие эксплуатируемой кровли, её наполнение; архитектурный стиль (референсы исходя из ЦА, по согласованию с архитекторами) цвета и материалы; архитектурная подсветка;
в части инфраструктуры комплекса: состав и площади детских площадок, спортивных площадок; состав зон отдыха; наличие и расположение бассейнов; состав, расположение, вид (закрытый, открытый) зон отдыха возле бассейнов, наполнение указанных зон. наличие коммерции (включая спа/оздоровительный центр), ее наполнение, площади, дизайн-код вывесок, ее существенные характеристики: стадия отделки, высота потолков, размеры и тип окон, размеры и типы дверей балконов, лоджий; наличие паркинга (гостевого, наземного, подземного), его количество, отделка; наличие кладовых, их площади, количество, отделка; наличие КПП, охраны, видеонаблюдения; наличие МОПов (колясочные, ресепшн, помывка лап и т.д.); наличие, площади, наполнение входных групп комплекса (в том числе зон отдыха, зон ожидания, зон для обслуживающего персонала, лаунж зоны); наличие помещений для управляющей компании комплекса; состав и площадь таких помещений; наличие, состав, технических (вспомогательных) помещений (в том числе для хранения уборочной техники, уборочного инвентаря) используемых персоналом управляющей компании для обслуживания комплекса.
в части помещений (лотов) Объекта: площади апартаментов; площади летних помещений, включая рекомендации по их планировочным решениям (наличие и материалы ограждений, устройств разграничений); наличие лотов с патио, антресолями, пентхаусов; процентное распределение лотов по этажам и видам; существенные характеристики лотов: стадия отделки, высота потолков, размеры и тип окон, размеры и типы дверей балконов, лоджий; рекомендации по планировочным решениям (количество и площади с/у, наличие гардеробных, постирочных и т.д.);
Дополнительно: ограждение территории; освещение территории; озеленение; навигация по комплексу.

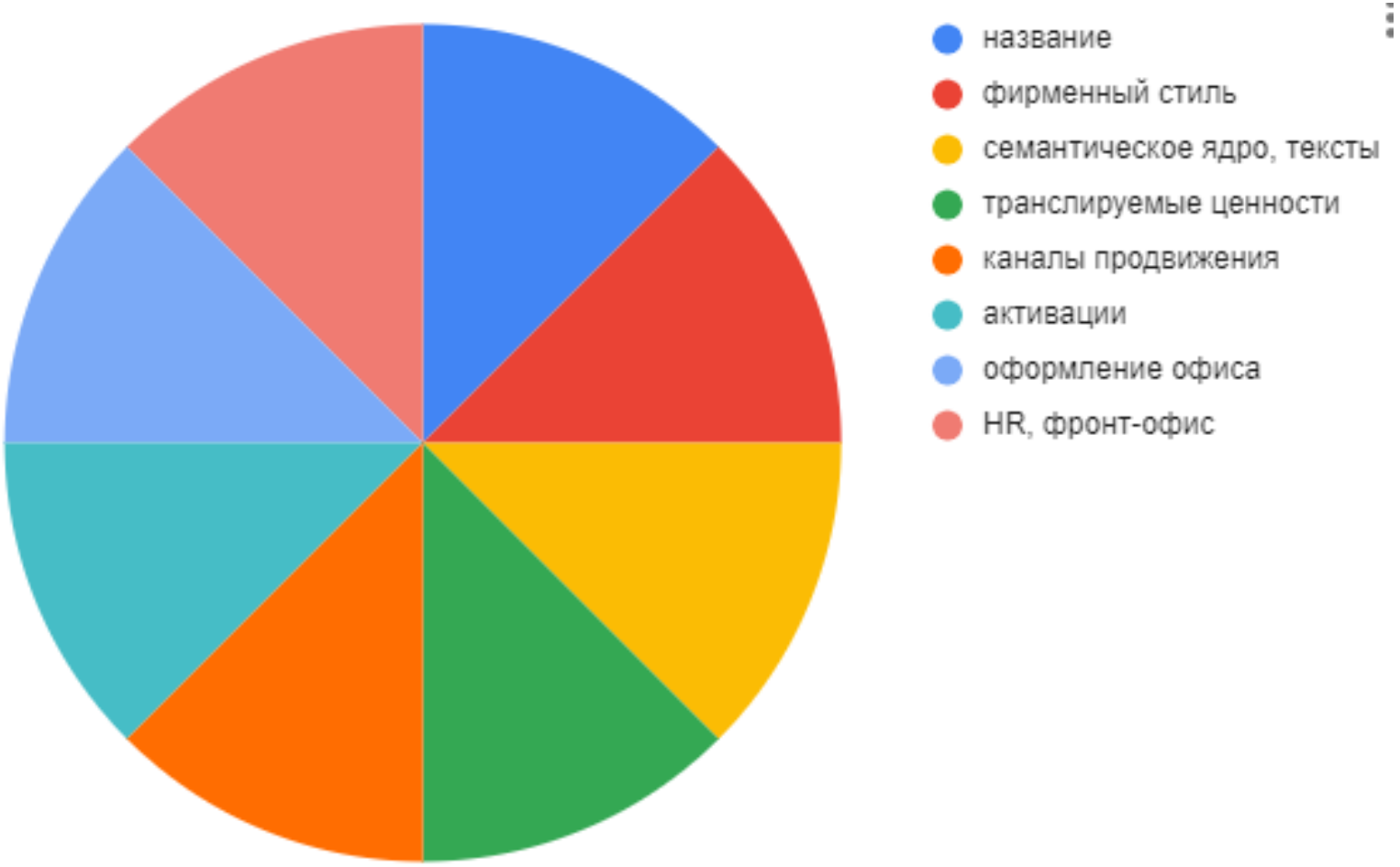
Шаг 7. Проектирование

- Аналитика
- Маркетинговая концепция
- ТЗ на проектирование

- *«Династия – сохранение преемственности поколений»*



Шаг 8. Коммуникация



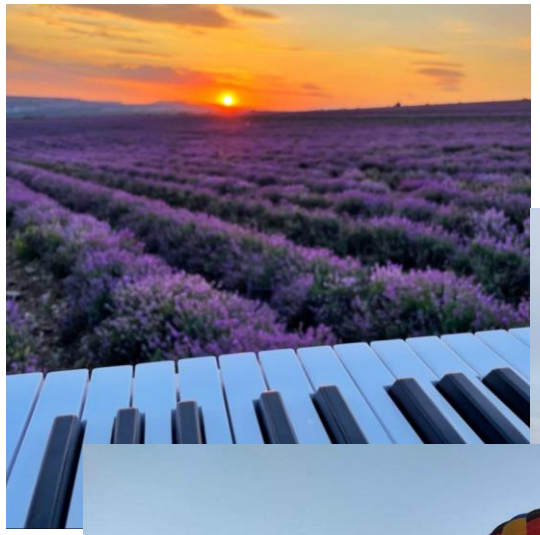
Шаг 8. Коммуникация

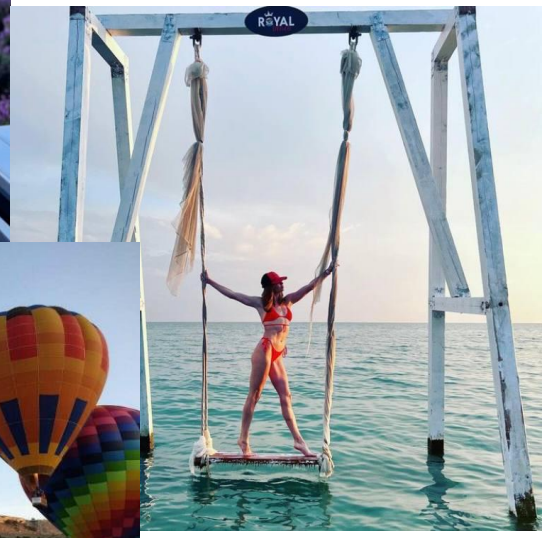




- Сок - воздушный шар - #проживи настоящую жизнь
- Альфа - гепард - центр притяжения лидеров

Шаг 8. Коммуникация









Скалодром в парке, Гринвуд



Презентация BMW X2 специально для ЖК Альфа

Сок - проживи настоящую жизнь

- Спонсорство концертов в персиковых садах
- Спонсорство фестиваля воздушных шаров
- Брендированные качели на море

Альфа - центр притяжения лидеров

- Спонсорство BMW
- прямые эфиры с министрами с крыши
- скалодром для детей

Шаг 9. Фронт-офис
- Оформление офиса
- команда

Спасибо!

www.most-development.ru

@most_development

