

СИТИ21



Формирование территории добрососедства

СИТИ21 — один из крупнейших застройщиков Московского региона

26 лет
на рынке

2,2 млн м²
площадь текущих
и реализованных проектов

80+
профессиональных
премий

Проекты в формате Миниполис

г. Видное

ДИВНОЕ

1145 2863
квартир жителей

РАДУЖНЫЙ

2295 5738
квартир жителей

КРАСКИ ЖИЗНИ

2132 5330
квартир жителей

г. Красногорск

8 КЛЁНОВ

935 2338
квартир жителей

СЕРЕБРИЦА

2046 5115
квартир жителей

11 735 квартир

г. Химки

РАФИНАД

1603 4008
квартир жителей

г. Люберцы

САМОЦВЕТЫ

1099 2748
квартир жителей

29 340 жителей

г. Москва

ЛАЗУРНЫЙ БЛЮЗ

480 1200
квартир жителей

CITY21 — один из крупнейших застройщиков Московского региона

В наших миниполисах

Растет 3500 детей

**Родилось 1 500
малышей**

Живет 2000 собак

**Сидит в окнах 3445
КОТИКОВ**

**1783 велосипедиста
катаются по нашим
велодорожкам**

**2435 бегунов
бегают по нашим
паркам**



Концепция миниполис

«мини» – малый, «полис», греч. – город

Социально-градостроительная концепция, разработанная Сити21

в сотрудничестве с:

- архитекторами
- научными работниками
- экспертами

В концепции закреплены основные
принципы и подходы к:

- проектированию
- строительству
- эксплуатации жилых объектов



Сопричастное проектирование

Сити21 работает в постоянном диалоге с целевой аудиторией на всех этапах взаимодействия

ЭТАП	ПРОЕКТИРОВАНИЕ	РЕАЛИЗАЦИЯ	ЗАСЕЛЕНИЕ
ФОРМАТ ИССЛЕДОВАНИЯ	 <ul style="list-style-type: none">Глубинные интервьюФокус-группыИнтернетSMSSMM	 <ul style="list-style-type: none">АнкетированиеSMSSMMКомьюнити менеджер	 <ul style="list-style-type: none">АнкетированиеSMSSMMСоседский клуб

Формирование сообщества

1. СОЦ. СЕТИ

формируется страница, на которой публикуется информация о проекте, его продуктовом наполнении. В частности, тизер конкурса.

2. КОНКУРС

сбор конкурсных заявок, **просмотр и оценка.**

3. ИТОГОВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ

сбор участников конкурса и амбассадоров проекта на тематической площадке. **Оглашение победителей конкурса.**

4. КОМЬЮНИТИ МЕНЕДЖЕР

интеграция жителей комплекса до ввода в эксплуатацию, **знакомство** с территорией и УТП, анонсирование мероприятий.

5. ЗАСЕЛЕНИЕ

жители переезжают в комплекс, знакомятся лично, **образуя реальное сообщество.**

6. СОСЕДСКИЙ КЛУБ

в отдельно отведенном помещении создаются зоны мастер-классов, активных тренировок и т.п., где **жители могут общаться друг с другом**, знакомить соседей с различными хобби.

Проекты миниполисов



Путешествия



Имидж



Милосердие



Здоровье



Среда



Бизнес по-соседски



Образование



Комьюнити менеджер

находится в постоянной коммуникации с клиентами

- привлекает активных участников в сообщества
- укрепляет отношения между ними
- собирает и анализирует обратную связь
- отслеживает настроения в группе
- проводит специальные мероприятия

KPI комьюнити менеджера:

- Количество привлечённых активных участников
- NPS: Количество промоутеров более 30%



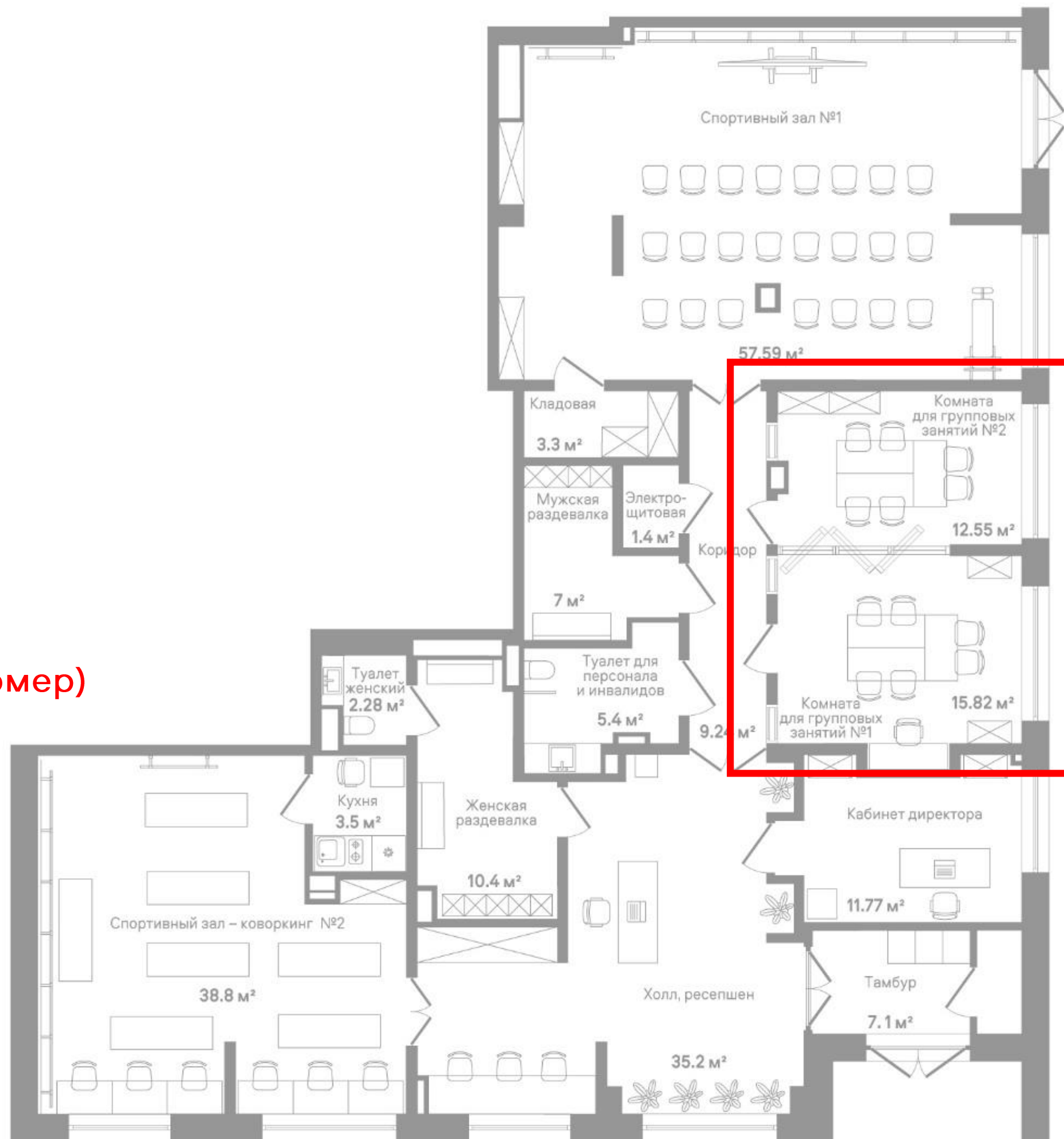
Соседский клуб

СЕРЕБРИЦА

216.12 м²
общая площадь

Функциональные зоны

- Ресепшн
- Коворкинг-пространство
- Танцевальный зал
- Спортивные залы
- Комнаты для групповых занятий (трансформер)
- Кухня
- Гардероб
- Раздевалки

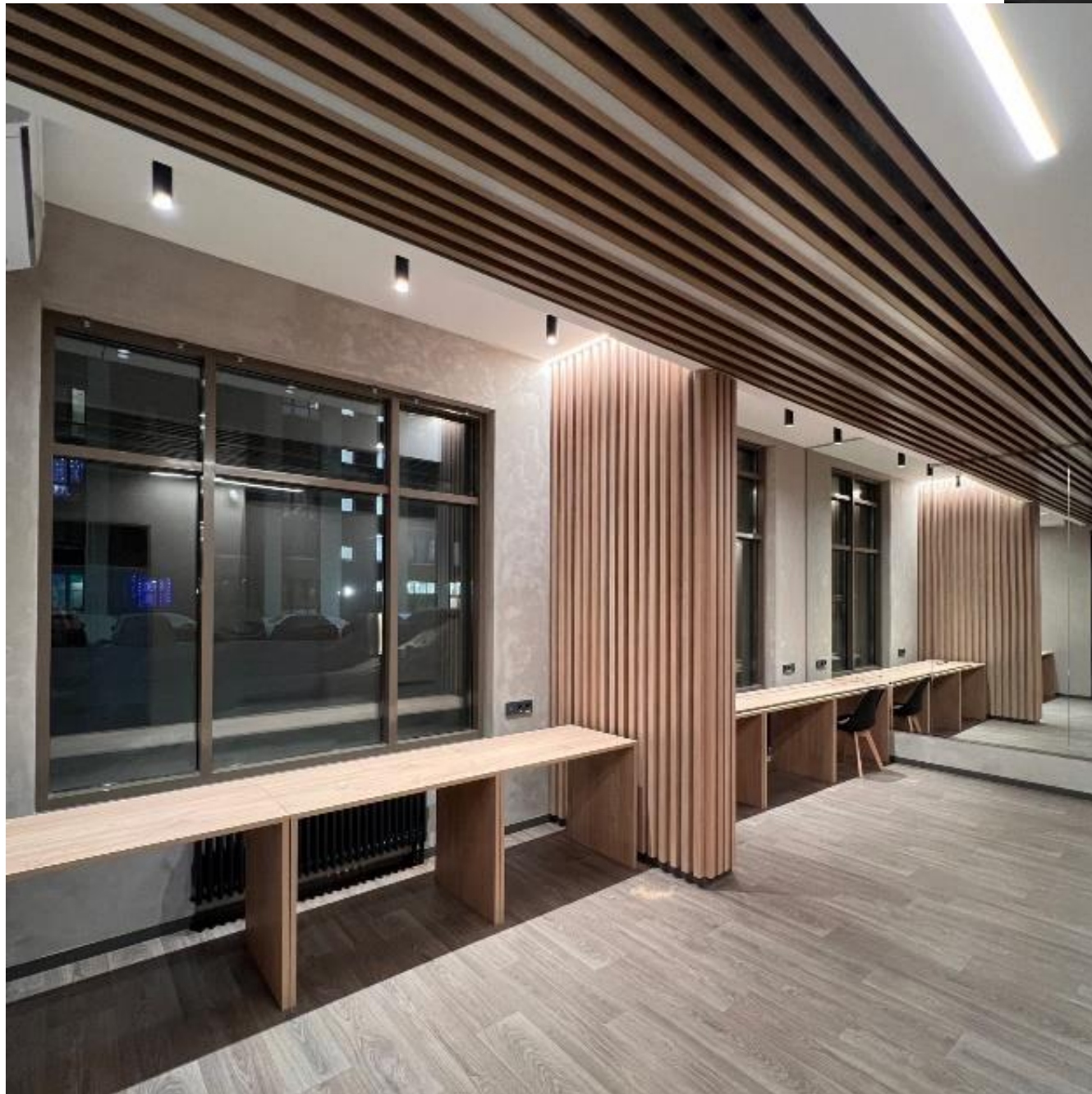


Соседский клуб

СЕРЕБРИЦА

216.12 м²

общая площадь



Соседский клуб

РАФИНАД



Соседский клуб

ДИВНОЕ



Соседский клуб

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:

- наладить взаимодействие жителей друг с другом
- организовать интересный и общественно-полезный досуг
- повысить социальную безопасность территории проживания
- поддержка локальных бизнесов жителей
- объединить усилия жителей для реализации социальных и благотворительных проектов, проведения экологических акций



Соседский клуб

Территория объединения жителей

для решения совместных общественно-значимых **задач**:

- по улучшению территории
- организации полезного досуга
- творческой самореализации
- развитию локального бизнеса



NPS

Формулировка для опроса:

Насколько Вы готовы рекомендовать своим друзьям и знакомым покупку квартиры в том же проекте?
(где 1 – не готов рекомендовать, 10 – с удовольствием порекомендую)

Формула NPS:

$$NPS = (\text{кол-во промоутеров} - \text{кол-во критиков}) / \text{общее кол-во опрошенных} \times 100\%$$

«9-10» – промоутеры

«7-8» – нейтралы

«1-6» – критики

NPS проекта 8 Клёнов - **93,3%**

NPS проекта Дивное - **69,6%**

NPS проекта Серебрица - **63,0%**



СИТИ21



СПЕЦПРОЕКТЫ

Дивный день

Цель конкурса:

поддержка творческого самовыражения, исследование направлений развития концепции Миниполис

Задание:

записать видео о творчестве, рассказать почему тебе нужна студия и каким образом ты сможешь миниполису стать лучше!?

Концепт финального мероприятия — «квартирник».

Участники выступали, знакомились друг с другом, делились опытом создания шедевров.

Результат конкурса:

- о прямой контакт с ядром ЦА
- о выявили промоутеров бренда
- о собрали лист потенциальной клиентской базы и качественный UGC content

7

проданных лотов

«Дивный день» объединил разносторонних творческих людей, с уникальными способностями, ради одной цели – обрести место для своего творчества – студию в миниполисе Дивное.



Университет 8 клёнов

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

- Формирование уровня знаний о миниполисе
- Продвижение бренда в social media для поддержки продуктовой РК

Задание - записать видео-эссе на заданную тему

- Знакомство с выдающимися учебными заведениями XIX века. Чему и как учили дворян?
- История семейной реликвии или традиции.
- Наследие меценатов и благотворителей XIX века сегодня.
За что мы благодарны меценатам прошлого?



Прикладные дисциплины

- история искусств
- экономика
- история меценатства и благотворительности

Практические дисциплины

- верховая езда
- фехтование
- живопись
- танцы
- столовый этикет

Результат

- прямой контакт с ядром ЦА
- качественный UGC content
- повышение уровня лояльности к бренду

