

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ САФ: ЗНАМЕНСКОЕ ПРЕДМЕСТЬЕ

подготовили студенты 1-го и 2-го курсов:

Джунейидов Тигран, Кузнецов Владимир, Ионов Артем, Чекрыгин
Марк, Бальян Карина, Лысенко Екатерина, Кудрявцева Виктория,
Михеенко Захар, Орешкин Тимур, Арсентьев Владислав

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Нашей целевой аудиторией являются молодые семьи с детьми и молодежь. Проанализировав, мы сделали вывод, что представители среднего класса населения не захотят менять привычные для них районы на новый неизвестный, так как базовые потребности их семей полностью закрываются в выбранном районе.

Мы решили сделать упор именно на том, чтобы завлекать молодежь и молодые семьи путем привлечения их внимания разнообразием досуга и дешевым жильем.



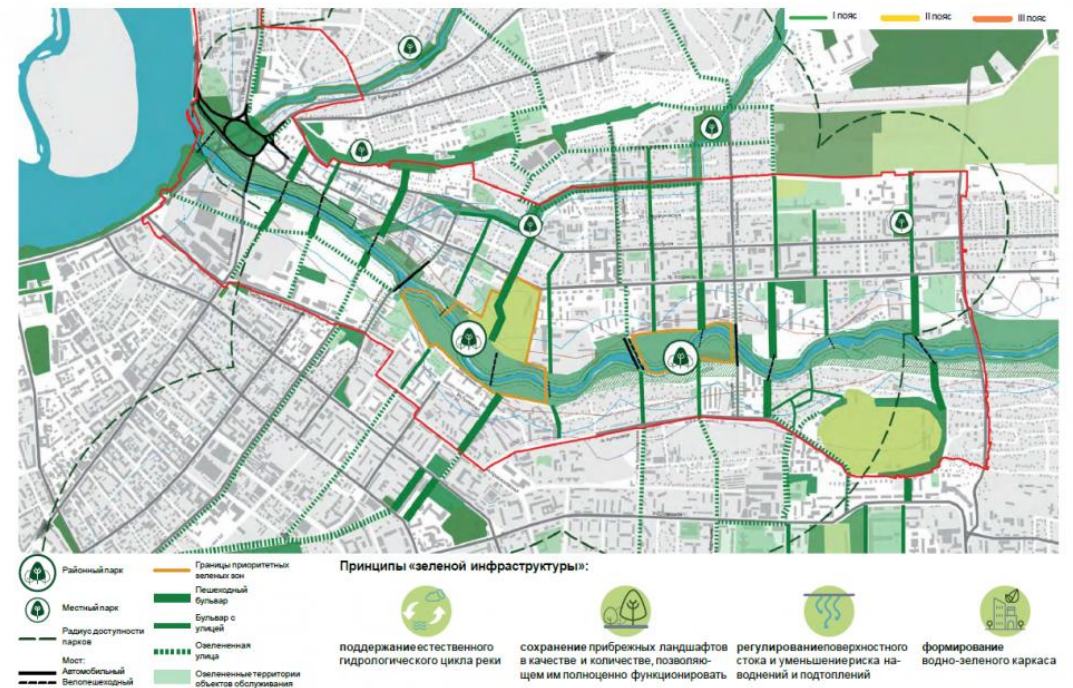
ЧТО МЫ ХОТИМ СДЕЛАТЬ?

Специализация – развитие досуга в данном районе.

Мы видим необходимость развивать досуг в данном районе: места отдыха и развития детей и взрослых. Поскольку такие улучшения необходимы любому новому району. Мы видим выигрышную стратегию привлечения нашей потенциальной целевой аудитории в том, чтобы предоставить людям возможность чувствовать себя комфортно и находиться в процессе постоянного развития в данном районе.

Далее мы представим некоторые идеи по развитию досуга для данного района.

Районный масштаб. Схема рекреационного каркаса района



ИДЕИ И НАПРАВЛЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ

- кафе с видеоиграми/компьютерный клуб
- детский спорткомплекс (он может включать в себя: крытый каток, бассейн для плавания, а также другие спортивные секции)
- досуговый центр для детей (игровая комната с батутами, детское кафе, квесты, настольные игры)
- торговый центр (магазины одежды, фудкорды, ювелирные магазины, супермаркеты, аптеки, кинотеатр, магазин электроники и техники и тд)
- Центр развития детей дошкольного возраста (уроки по изучению иностранных языков, робототехника, кружки для развития детей в разных сферах)



МАРКЕТИНГ

Мы представим маркетинговую кампанию по трем категориям, а также предложения по реализации данной кампании:

- 1) **Застройщики** (мы стремимся показать интерес в застраивании данной территории, замотивировать тем, что данный проект может принести хорошую прибыль)
- 2) **Потенциальные инвесторы** (разработать качественный и полезный веб-сайт, который будет полезен не только инвесторам, но и покупателям. На сайте можно публиковать подборку положительных комментариев от довольных клиентов и инвесторов, а также подборку сообщений из СМИ, которые выставляют предыдущие проекты компании в положительном свете, также на сайт добавим промо-видео с обзором, для того, чтобы люди могли ознакомиться с проектом. Запускаем таргетированную рекламу)
- 3) **Покупатели** (реклама по ТВ, запоминающиеся баннеры на билбордах, также можно задействовать радио. Например: очень часто можно услышать по радио песни, рекламирующие новые жилые комплексы)

ВЫВОД

Для всестороннего развития данной площади и реализации предложенных идей потребуется большое количество инвестиций: затраты на застройку, рекламу и привлечение людей, однако рассматриваемая территория может стать весьма привлекательной для многих молодых семей и не только.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!