



САЙТ
ЖК «Династия»

ДЛЯ WOW AWARDS 2017

НОМИНАЦИЯ
«ПРОМО-САЙТ»



SEZAR GROUP

ИДЕЯ

В ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ — ОТОЖДЕСТВЛЕНИЕ САЙТА ПРОЕКТА С «ОФИСОМ ПРОДАЖ» В СЕТИ ИНТЕРНЕТ



Каждый посетитель сайта становится гостем жилого комплекса «Династия». Получение интересующей информации должно быть для него удобным, оперативным, сопровождаться позитивными эмоциями.

СО СТОРОНЫ КОМПАНИИ ВАЖНО:

- ☞ обеспечить посетителю сайта объемное представление о проекте;
- ☞ у целевого потенциального покупателя сформировать желание: «хочу здесь жить»;
- ☞ спровоцировать его на продолжение диалога с менеджером.

ЦЕЛИ

ДЛЯ ГОСТЕЙ САЙТА



СОЗДАТЬ МАКСИМАЛЬНО
ПОНЯТНЫЙ ИНФОРМАТИВНЫЙ
РЕСУРС

ДЛЯ КОМПАНИИ



ОБЕСПЕЧИТЬ МАКСИМАЛЬНУЮ
КОНВЕРСИЮ ЦЕЛЕВЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ
САЙТА В ПОКУПАТЕЛЕЙ



ЗАДАННЫЕ СТАНДАРТЫ

РАЦИОНАЛЬНЫЕ



ИНТУИТИВНО УДОБНЫЙ
ПОИСК ИНФОРМАЦИИ,
ОПЕРАТИВНЫЙ ПРОСМОТР
НА ЛЮБОМ ТИПЕ УСТРОЙСТВ
ОТ DESKTOP И ПЛАНШЕТА ДО
МОБИЛЬНОГО ТЕЛЕФОНА, САМЫЕ
ВОСТРЕБОВАННЫЕ
ФУНКЦИИ — В ПРЯМОМ ДОСТУПЕ
С ЛЮБОЙ СТРАНИЦЫ.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ



ВОСПРОИЗВОДИМ АТМОСФЕРУ,
ДЕМОНСТРИРУЕМ «ХАРАКТЕР»
ПРОЕКТА, ИДЕОЛОГИЮ И ЦЕННОСТИ
В ЕГО ОСНОВЕ.



НАВИГАЦИЯ

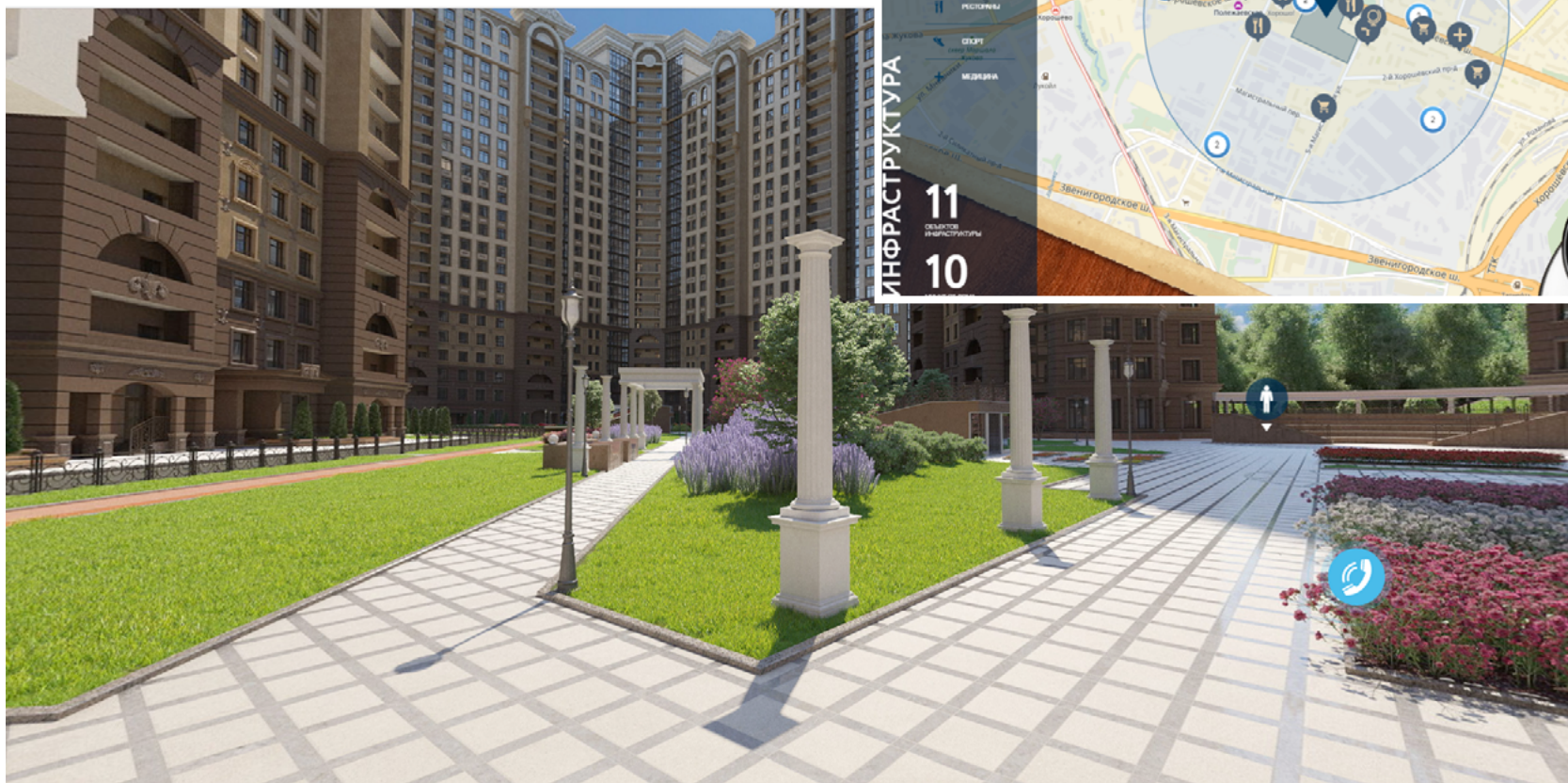
АКЦЕНТ НА СИСТЕМАТИЗАЦИИ
ИНФОРМАЦИИ В ПРОСТУЮ
И ЛОГИЧНУЮ СТРУКТУРУ



Сценарий движения
выбирает гость:
«побродить» по сайту,
переходя по стрелкам,
или оперативно
попасть в нужный
раздел через меню.

ДИЗАЙН

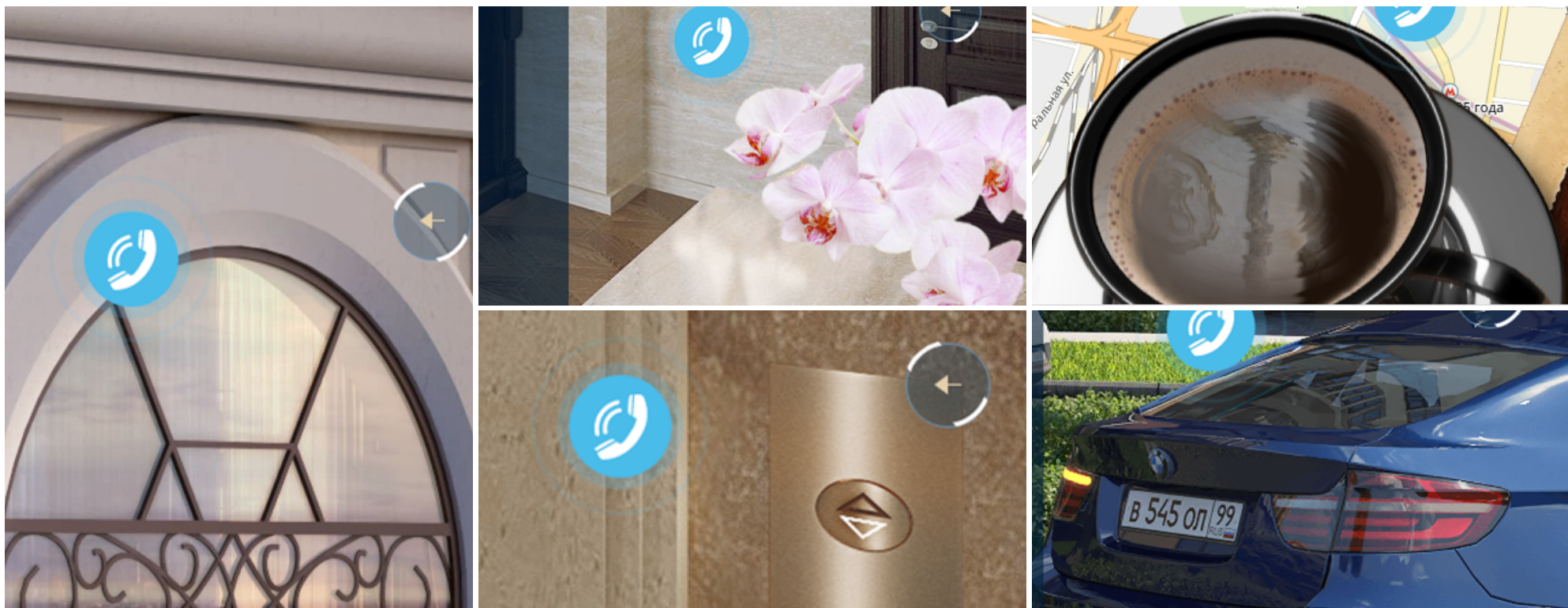
Подчеркивает «исключительность» проекта: использованы качественные изображения с высокой степенью детализации, элементы графики и виртуальной реальности.



ДЕТАЛИ

ВИЗУАЛЬНЫЙ РЯД НА КАЖДОЙ СТРАНИЦЕ ДОПОЛНЯЮТ «ЖИВЫЕ» ЭЛЕМЕНТЫ:

☞ *блик солнечного луча в окне, «кивание» случайно задетой орхидеи, дыхание бриза на листве и в чашке ароматного кофе, маячок автомобиля, спешащего домой, или кнопки вызова бесшумного лифта.*

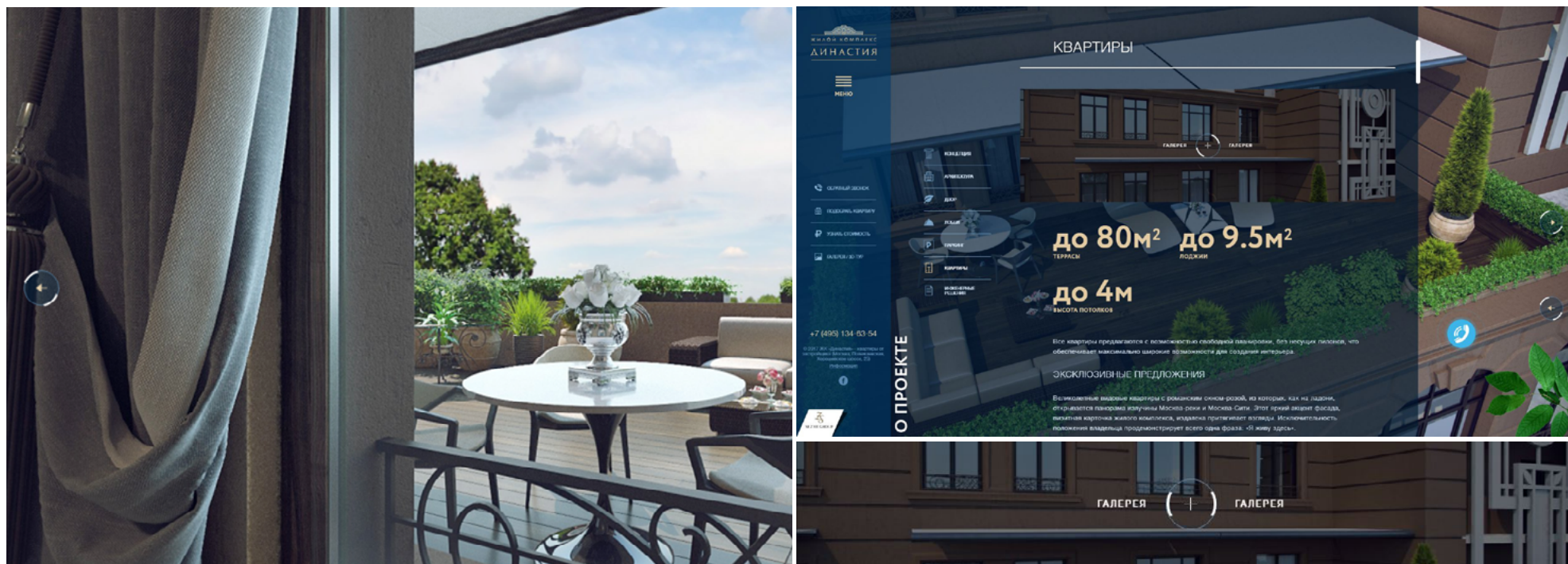


КОНТЕНТ

- Информация о проекте преподносится преимущественно через визуальный ряд.
- Во всех информационных разделах предусмотрена «Галерея» — сборник тематических иллюстраций, которые расскажут о решении намного больше слов.

- При необходимости донести большой объем информации предпочтение отдано инфографике. Например, одного взгляда на карту достаточно, чтобы оценить: рядом есть все.

Всплывающие рор-ип элементы (вызывающие отрицательные эмоции) отсутствуют — вся информация, которую важно донести, органично интегрирована в структуру.



ВЫБОР КВАРТИР

В жилом комплексе «Династия» варианты базовых планировочных решений представлены в разделе «Типовые планировки». Учитывая специфику бизнес-класса, непосредственно на сайте продемонстрированы решения по объединению смежных вариантов в разделе «Нетиповые планировки». Выбранный вариант квартиры отображается цветовым индикатором на схеме жилого комплекса, позволяя сразу оценить расположение и вид из окон.



1 дом
2 этаж
2-6 этаж
3 комнаты
102.9 площадь, м²



ПОСМОТРЕТЬ ПОДРОБНО
ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ
ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ



Комнатность **1к.** **2к.** **3к.**

1к Типовые планировки



2+1 Нетиповые планировки



103.1
Площадь, м²



ВЫБОР КВАРТИР

Каждое планировочное решение можно «распечатать», «отправить на почту» или обсудить с менеджером.



РАСПЕЧАТАТЬ
PDF



ОТПРАВИТЬ
ЗАЯВКУ

ОТПРАВИТЬ
НА ПОЧТУ



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ УДОБСТВА САЙТА ДЛЯ ГОСТЕЙ:

- ☞ Поведение соответствует заданным алгоритмам, признаков хаотичного перемещения нет.
- ☞ При повторном посещении подавляющее большинство просматривает не более 2 страниц — т.е. сразу находит необходимую информацию.
- ☞ Все разделы сайта востребованы, не задействованных нет — см. тепловую карту



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЛЯ КОМПАНИИ

- ☞ Процент отказа от целевого действия ежемесячно снижается, в среднем на 3,2%
- ☞ Большинство целевых действий совершается при глубине просмотра менее 2,1 страниц
- ☞ 62% посетителей целевых разделов (ТОП 3 – «Планировки», «Цены», «Галерея») совершают целевые действия



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

