

# COMUNICARE DE BRAND

CONCEPT 9  
LEVEL  
UP

PROPUNERE: **MAPSYLVANIA**

2022

DESIGN BY  
AZUVO DESIGN



Comunicarea de brand Concept 9 nu se regăsește, deocamdată, pe agenda publică din județul Mureș, la nivelul pe care valoarea financiară și calitativ-diferențiatore a proiectului îl merită. Ținând cont de stadiul de evoluție al proiectului, considerăm că este momentul pentru crearea unei furtuni de comunicare la nivelul percepției publice. În acest sens, prezentarea proiectului – în elementele de unicitate ale apartamentelor, blocurilor și cartierului se impune a fi subsumat conceptului de PR "new in town", care va atrage atenția și comentariile opiniei publice.



Asocierea cu performanțele profesionale ale investitorului Mircea Musgociu, recunoscut pentru seriozitatea proiectelor deja realizate, dar și cu imaginea profesională a Alexandrei Musgociu, devenită un reper în zona influencer din social media, precum și explicarea valorii adăugate a ansamblului rezidențial adusă în comunitatea mureșeană, sunt elementele pe care la propunem în comunicarea de brand pe termen scurt (februarie - iunie) a proiectului.



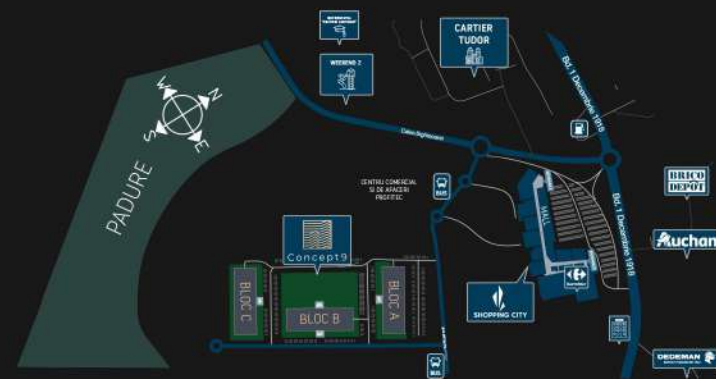
## SLOGAN

În acest sens, am identificat nevoia unui slogan pe care îl vom subsuma logo-ului Concept 9, care va deveni astfel linia roșie și directoare a comunicării de brand.

# ORAȘUL DIN CURTEA TA

În cartier beneficiezi de toate facilitățile de care ai nevoie, la doar câțiva metri de locuința ta. Este un concept diferențiator, care poziționează brandul drept un spațiu destinat locuirii, situat la granița dintre un apartament și o casă. Deși locuiești într-un bloc, facilitățile rezidențiale oferite, precum și mediul comunitar pe care cartierul îl promite creează toate premisele pentru o definiție inedită a viitoarei noastre locuințe: ne trăim viața într-un mediu urban, dar avem totul lângă noi. Avem posibilitatea de a conviețui într-un mediu de locuire unic, aici ne putem relaxa în momentele libere și tot aici putem lega prietenii. Este, practic, **ORAȘUL LA CURTE**. Singurul din Târgu Mureș.

Propunem o comunicare de brand axată pe triada:



Concept 9

LOCALIZARE  
ANSAMBLU REZIDENTIAL

## LEVEL UP

O varianta alternativă și subsecventă sloganului **ORAȘUL DIN CURTEA TA** va fi **LEVEL UP**.

Targetând publicul activ, tânăr și cosmopolit, sloganul identifică esența ideii de bază a locuirii în noul cartier: totul este PESTE nivelul de bază, având - la propriu și la figurat - un element superior: indiferent că vom locui la etajul 1 (unde suntem în proximitatea intrării și a magazinelor), la etajul destinat penthouse-urilor sau la cele care ne oferă un view unic asupra pădurii sau a orașului, totul este "peste" orice altă variantă o avem la dispoziție. În plus, dotările apartamentului, ale blocului și facilitățile cartierului sunt toate la nivelul următor ofertei din Târgu Mureș. Totul este LEVEL UP. Ridicăm ștacheta propriului standard de viață.



În noua paradigmă a lumii în care trăim, **SIGURANȚA** a devenit unul dintre cele mai importante elemente care definesc spațiile intime. Este vorba de siguranța financiară a unei investiții profitabile, de siguranța unei alegeri bune pentru spațiul de locuit al familiei noastre, dar și de siguranța personală și a familiei noastre. De aceea, **SAFE** este primul element al triadei în comunicarea de brand. Vreau **SIGURANȚĂ**.



**SMART** este ceea ce definește cel mai bine noul concept rezidențial. Este și ceea ce își doresc oamenii, atât pentru elementul diferențiator din punct de vedere social, cât și pentru propriul confort. **SMART** este, de fapt, ceea ce însemna, în anii anteriori, confort. Dar la nivelul următor. Unul superior. Vreau să fiu **SMART**.



**SIMPLE** ne duce cu gândul tocmai la ideea de casă. Nu avem, în cartier, casa noastră la curte. Dar stilul de viață al meu și al familiei mele nici nu se potrivește cu acest concept. Vreau ceva cosy, doar al meu, unde să mă simt acasă. Ultimii ani și experiențele acestora m-au făcut să apreciez tot mai mult aceste momente. Vreau ceva **SIMPLU**.

COMUNICAREA DE BRAND SE VA REALIZA PE MAI MULTE PALIERE.

---

## /1 COMUNICARE DIRECTĂ B2C (business to consumer)

Propunem o relație directă cu potențialii cumpărători, prin profesionalizarea mapei de comunicare: randări, broșură + elemente de brand (pix, suport pahare, calendar).

Realizarea unei broșuri electronice, care va fi poziționată în comunicarea de brand (pe site și pagini de socializare, dar va putea fi transmisă – pentru operativitatea deciziei din procesul de cumpărare – și pe whatsapp sau alte canale de comunicare)



---

/2 COMUNICARE ATL (above the line)



---

/3 COMUNICARE BTL (below the line)



---

/4 SOCIAL MEDIA



/1 COMUNICARE DIRECTĂ B2C (business to consumer)



## /2 COMUNICARE ATL (above the line)

Realizarea unei filmări din dronă, care va poziționa ansamblul rezidențial, cu referințe directe și prezentarea avantajelor de spațializare: PĂDURE – SHOPPING CITY – PANORAMA ASUPRA ORAȘULUI. Filmul va spune povestea personificată CONCEPT 9, ce va împrumuta vocea umană a unui narator care vrea să îi ofere familiei sale avantajele unui cartier cu adevărat "de locuit". Familia naratorului este de fapt familia CONCEPT9, de fapt, comunitatea din noul ansamblu rezidențial.



/3 COMUNICARE BTL (below the line)



/4 SOCIAL MEDIA



/1 COMUNICARE DIRECTĂ B2C (business to consumer)



/2 COMUNICARE ATL (above the line)



### /3 COMUNICARE BTL (below the line)

Realizarea unor evenimente proprii, cu potential de diseminare, sau asocierea cu evenimente care au loc în comunitate.  
Realizarea unor spike-uri PR, care vor asigura vizibilitate și crearea unei imagini friendly & community-oriented:

- montarea unui senzor de monitorizare a calității aerului în Cartier și realizarea unei hărți interactive a orașului. Prin acest sub-proiect de PR, târgumureșenii vor avea, pe de o parte, imaginea reală a gradului de poluare prin particule de praf la nivelul întregului oraș și, pe de altă parte, se va sublinia avantajul competitiv al spațiului de amplasare Concept9
- realizarea unei hărți virtuale a cartierului, în care străzile vor purta numele unor personalități locale din Târgu Mureș. În final, pe fiecare stradă a cartierului va fi amplasat un panou care va prezenta fotografia personalității al cărei nume îl poartă strada și povestea vieții lui.



/4 SOCIAL MEDIA





COMUNICAREA DE BRAND SE VA REALIZA PE MAI MULTE PALIERE.

---

/1 COMUNICARE DIRECTĂ B2C (business to consumer)



/2 COMUNICARE ATL (above the line)



/3 COMUNICARE BTL (below the line)



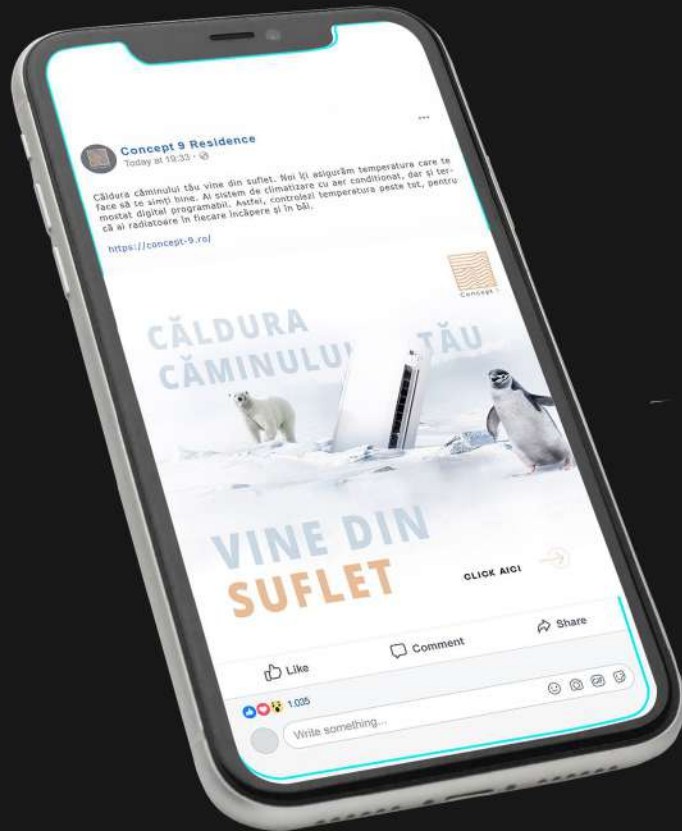
---

#### /4 SOCIAL MEDIA

Comunicarea în social media va respecta câteva principii de bază, subsumate conceptului de **FLEXIBILIZARE UNITARĂ**:

1. realizarea a minimum o postare în 24 de ore
2. administrarea conturilor Facebook, Instagram și TikTok de către o singură entitate
3. publicarea mesajelor pe conturile social media cu acceptul unei singure persoane din partea beneficiarului, desemnată special în acest sens de conducerea companiei, în relația cu prestatorul
4. folosirea cifrelor, ca avantaje competitive în comunicarea directă (ex: "poți scădea consumul cu până la 30%")
5. comunicare bilingvă RO-HU, ținând cont de specificul publicului-țintă
6. acordarea unor premii lunare (exemplu: iPhone 13 ProMax), cu extragere random, pentru cei care, într-un interval prestabilit (de exemplu 30 de zile), au interacționat cu conturile social media prin like, share sau comment
7. legături Facebook/Facebook story/Instagram cu site-ul. De exemplu, într-o postare pe rețelele sociale publicăm câteva zeci de caractere, cu trimitere prin link activ pe site-ul companiei. Într-un articol putem detalia informațiile transmise pe scurt în social media și, în plus, targetăm informația spre cei care sunt cu adevărat interesați de lead-ul din social media.
8. adaptarea mesajului din comunicarea online la agenda publică (folosirea unui ton diferit în week-end față de zilele săptămânii, adaptarea în timp real la condițiile meteo din momentul publicării, folosirea sărbătorilor pentru mesaje dedicate)
9. alternanța tipului de mesaje, după următorul algoritm (propunere de calendar editorial săptămânal):





**LUNI, MIERCURI, VINERI:**

postare emoțional-motivațională:  
familii și oameni, într-un mediu de familie și casă **SAFE, SMART, SIMPLE**,  
în care vom scoate în evidență, prin texte adaptate la un limbaj comun și  
non-tehnic, avantajele cartierului

**MARȚI:**

postare plus valoare APARTAMENT:  
secvență dintr-un mediu interior, în care prezentăm avantajele diferenția-  
toare ale **APARTAMENTULUI**, în elementele sale de bază:  
bucatarie, living, birou, baie

**JOI:**

postare plus valoare BLOCUL:  
secvență dintr-un mediu exterior, în care prezentăm avantajele diferenția-  
toare ale **BLOCULUI**, cu accent pe detaliile tehnice

**SÂMBĂȚĂ:**

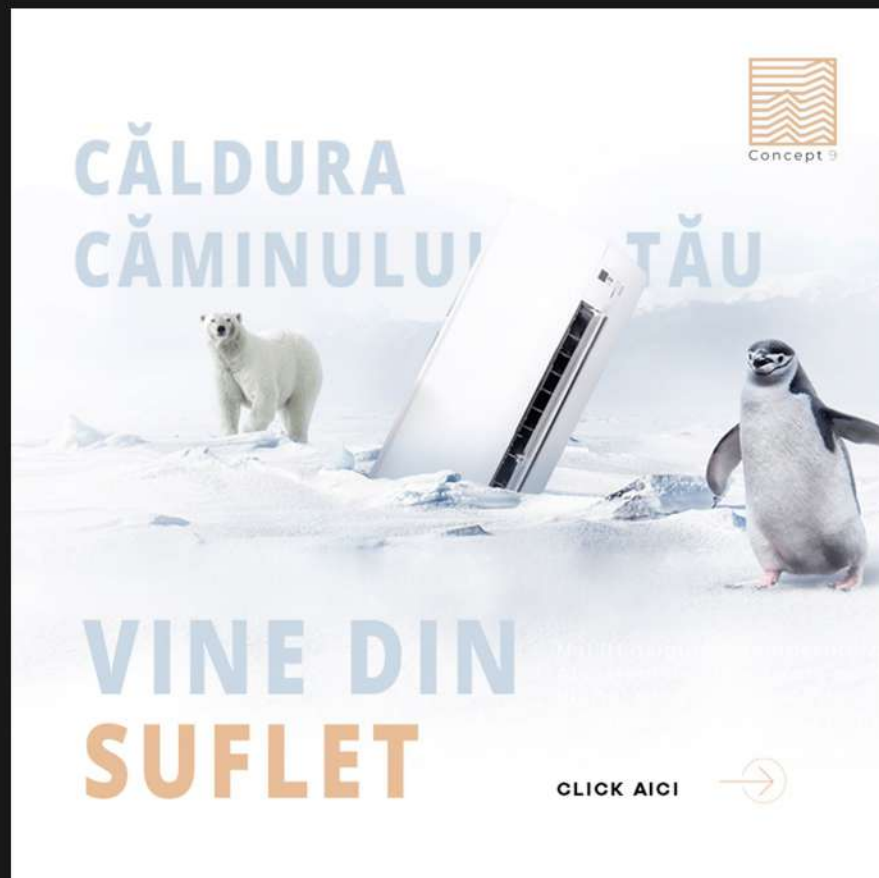
postare plus valoare CARTIERUL:  
secvență dintr-un mediu exterior, în care prezentăm avantajele diferenția-  
toare ale **CARTIERULUI** cu accent pe detaliile de unicitate

**Rând pe rând, în cele cinci luni de poziționare a brandului, vom  
comunica prin mesaje de tipul celor prezentate anterior și  
agreate cu beneficiarul (atât ca mesaj-text cât și vizual), ele-  
mente de diferențiere față de concurență.**

**Mesajele vor fi construite pe baza elementelor tehnice cuprinse  
în materialele de comunicare.**

**Tonul va fi unul adaptat însă înțelegerii publicului-țintă larg al  
proiectului, fără a scăpa însă din vedere elementele esențiale  
din punct de vedere tehnic. Vom crea astfel un mesaj de comu-  
nicare cald, uman, dar în același timp distinct și profesionist:**






**CĂLDURA  
CĂMINULUI  
TĂU**

**VINE DIN  
SUFLET**

Concept 9

CLICK AICI 



**Uși izolate fonic și termic,  
cu un super sistem de siguranță**

Siguranța familiei și a bunurilor voastre este pe mâini bune. Ușile de la intrare îți asigură izolarea termică și fonică și au un super sistem de siguranță. În plus, poți să răspunzi pe video de la mii de kilometri când cineva sună la interfon, ca și cum ai fi în casă.

PHILIPS

Concept 9

### **MEDIA KIT AND NEWSROOM**

Realizarea de materiale și resurse de comunicare, cu publicurile-țintă și publicul general

### **AUTHORSHIP**

Realizarea de articole, materiale grafice și video pentru social media (și în funcție de propunerile agreeate cu beneficiarul în main-stream media)

### **MEDIA PLACEMENT**

Poziționarea articolelor, prin targetare directă a publicului-țintă

### **COMMUNITY RELATIONS**

Suport în implicarea companiei în evenimente comunitare, care vor ținti audiența și vor crește notorietatea brandului

### **MEDIA MONITORING**

Monitorizarea reacțiilor publicurilor-țintă în social media și main-stream media

