

CAMPAÑA MARKETING

THE AVENUE

Víctor Marín, Kilian Millán y Emma Gonzalez

BRIEFING

EL PROYECTO

THE AVENUE – César Alierta 76
Edificio boutique de obra nueva compuesto por 32 viviendas exclusivas, ubicado en una zona céntrica y consolidada de Zaragoza.
Viviendas de 1 a 5 dormitorios, todas diferentes, con distribuciones muy estudiadas, altas calidades y eficiencia energética.

Zonas comunes en azotea:

- Piscina
- Gastrobar
- Jardín vertical

Un proyecto de nivel, pensado para quienes buscan vivir en el centro con calidad, diseño y exclusividad.

BRIEFING

POSICIONAMIENTO Y VALOR

No es una promoción para todos
The Avenue se posiciona como un producto premium y exclusivo, que no compite por precio, sino por ubicación, diseño, calidad y escasez.
Puntos clave:

- Solo 32 viviendas (edificio boutique)
- Ubicación céntrica
- Construcción diferente y cuidada
- Materiales seleccionados de alta gama
- Precio coherente con el nivel del producto

Concepto clave:
Vivir en el centro, pero mejor.

BRIEFING

ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

Mostrar el proyecto y generar deseo

- Vídeo / Reel de inicio de obra
- Mostrar el comienzo de las excavaciones (grabación real o apoyo con IA) para anunciar el inicio de la construcción y generar impacto y confianza.
- Carruseles por vivienda
- Un carrusel para cada piso, mostrando todas las estancias (como en Idealista), para que el cliente visualice su futura vivienda.
- En la descripción se comunica que cada piso es distinto y personalizable en acabados.

Objetivo del contenido: reforzar exclusividad, calidad y decisión de compra.

BRIEFING

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

Vender viviendas, no solo generar visibilidad

- Captar leads cualificados mediante redes sociales, Meta Ads y prensa digital
- Comunicar exclusividad y valor, no producto masivo
- Generar visitas y acelerar la toma de decisión

Objetivo final:
Vender el mayor número posible de viviendas de The Avenue posicionándolo como un edificio especial, para unos pocos.

BUYER PERSONA 1

PAREJA PROFESIONAL

Edad: 30-40 años

Motivación:

- Primera vivienda premium
- Diseño + confort
- Calidad elevada
- Ubicación céntrica

Frustraciones:

- Solo ven promociones bonitas en malas zonas
- No se ven viviendo en la mayoría de pisos
- Han visto promociones con numerosas viviendas y muy simples, no buscan eso.

Mensaje clave:

“Tu primer hogar premium en el centro.”

BUYER PERSONA 2

PÚBLICO FAMILIAR

Edad: 35 - 50 años
Zona actual: Zaragoza centro / barrios premium
Familia estable
Motivación:

- Mejorar calidad de vivienda
- Vivienda céntrica
- Proximidad a servicios e instalaciones (colegio,tiendas,deporte...)
- Valoración imprescindible de la distribución y material de la vivienda

Frustraciones:

- Se encuentran con numerosos pisos nuevos mal distribuidos
- Se ha topado con limitaciones en cuanto a personalización en otros sitios.
- No quieren hacer obra /reforma

Mensaje clave:
“Vive en un edificio que no es para todos.”

BUYER PERSONA 3

INVERSOR PATRIMONIAL

Edad: 40 - 65 años

Motivación:

- Activo seguro
- Producto escaso
- Busca viviendas con fácil alquiler y fácil rentabilidad

Frustraciones:

- No ve ventaja competitiva clara
- En el mercado solo encuentra productos muy similares

Mensaje clave:

“Vive en un edificio que no es para todos.”

MIX DE COMUNICACIÓN

Nuestra campaña de Marketing para The Avenue está diversificada en diferentes acciones y canales, divididos en marketing offline y marketing online.



MARKETING OFFLINE

El marketing offline de The Avenue refuerza la visibilidad y el posicionamiento premium de la promoción en puntos clave de la ciudad. A través de soportes como vallas publicitarias, autobuses y prensa digital, buscamos impacto masivo cualificado, recuerdo de marca

PUBLICIDAD


El centro de
Zaragoza,
a tus pies.
Estrena una vivienda de vanguardia
sin salir de la ciudad que amas.



PUBLICIDAD

PUBLICIDAD


The avenue
El centro de zaragoza
a tus pies
Estrena una vivienda de vanguardia
sin salir de la ciudad que amas

VALLA PUBLICITARIA



MARKETING ONLINE

Hemos decidido enfocar nuestra estrategia de Marketing Online desde diversos puntos.

META ADS

SOCIAL MEDIA MARKETING

EMAIL MARKETING

LANDING PAGE

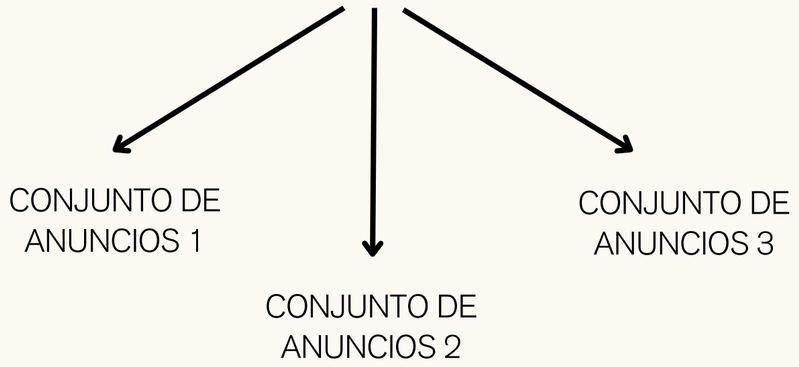
Lugar donde recogemos información de nuestros leads



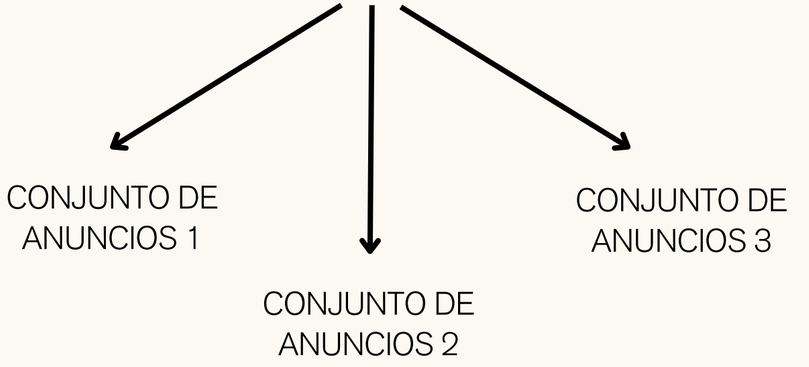
META ADS

El día que os visitamos nos comentasteis que utilizabais mucho Meta Ads y os funcionaba bastante bien...

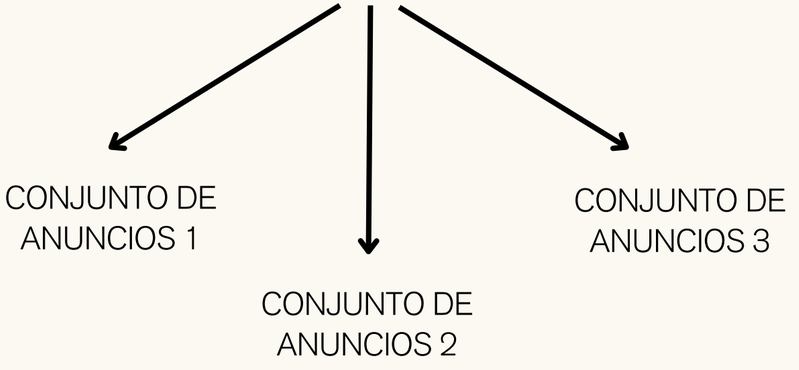
CAMPAÑA: BUYER PERSONA 1



CAMPAÑA: BUYER PERSONA 2



CAMPAÑA: BUYER PERSONA 3



CAMPAÑA 1 - PAREJA PROFESIONAL

-Objetivo: Clientes potenciales

Audiencia

- Categoría especial: Vivienda.
- Ubicación: Zaragoza (radio 20 km aprox del centro)
- Intereses: Compra de inmuebles, casa, inmobiliaria, primera vivienda...

Conversión

Ubicación de la conversión → Landing page y formularios instantáneos

Segmentación de los creativos en diversos factores

CREATIVOS DE ANUNCIOS

CÉNTRICO

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

¿Te imaginas viviendo a 10 minutos de todo?

- Publicación:

Imagen edificio desde el exterior

- Carrusel:

Imágenes: Edificio, restaurantes, trabajo, César Alierta

CALIDAD Y DISTRIBUCIÓN

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

“No es el tamaño, sino cómo está pensado.”

- Publicación:

Imagen detalles calidad y materiales

- Carrusel:

Imágenes: Distribuciones inteligentes, luz natural, alta calidad

EXCLUSIVIDAD Y SERVICIOS

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

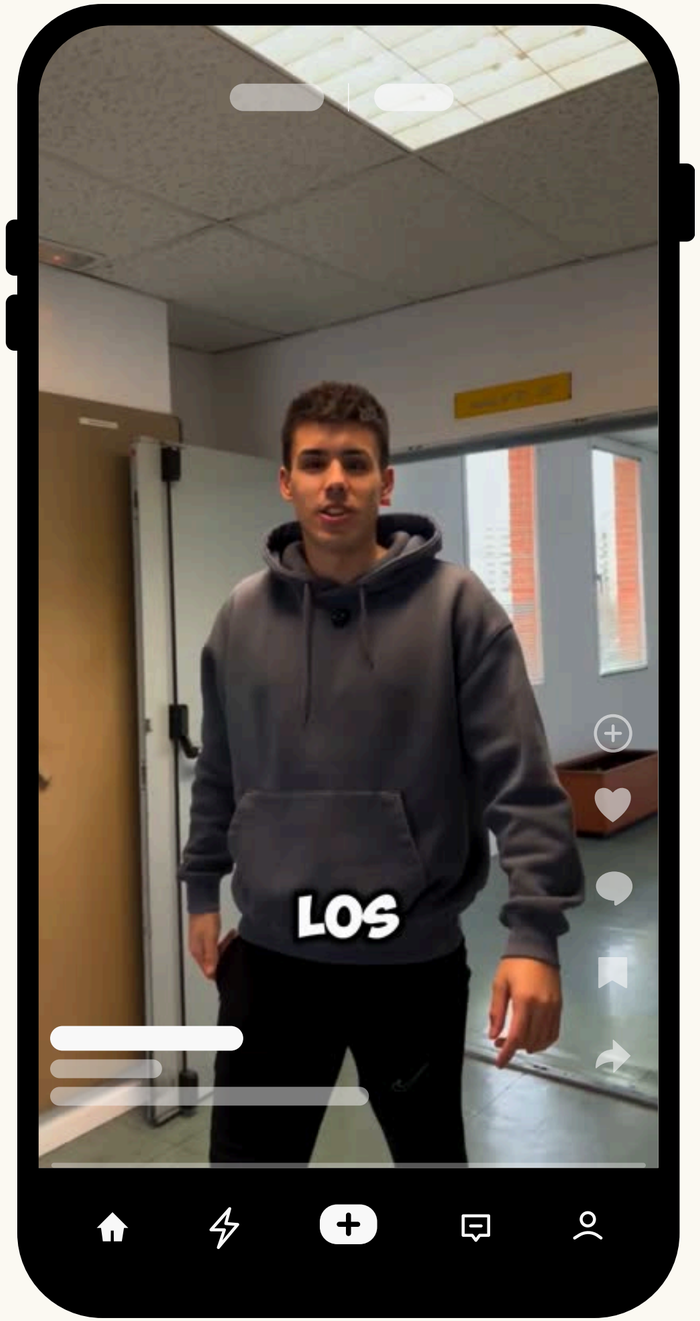
“Un espacio ideal para muy poquitos.”

- Publicación:

Imagen piscina con gastroterraza

- Carrusel:

Imágenes: Piscina, gastroterraza, diseño esclusivo, diferenciación.


LOS

CAMPAÑA 2 - PÚBLICO FAMILIAR

-Objetivo: Clientes potenciales

Audiencia

- Categoría especial: Vivienda.
- Ubicación: Zaragoza (radio 20 km aprox del centro)
- Intereses: Compra de inmuebles, casa, inmobiliaria...

Conversión

Ubicación de la conversión → Landing page y formularios instantáneos

Segmentación de los creativos en diversos factores

CREATIVOS DE ANUNCIOS

CENTRO E INSTALACIONES

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

“Tus hijos crecerán aquí.”

- Publicación:

Imagen sofa persona tranquila, ventana de fondo.
“Vivir en el centro también puede ser vivir con calma”

- Carrusel:

Imágenes: Edificio, azotea, centro…

SERVICIOS

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

Reel comienzo en Plaza del Pilar o lugar reconocido.

- Publicación:

Imagen familia caminando cerca del edificio

- Carrusel:

Imágenes: Edificio, zonas verdes , educación…

DISTRIBUCIÓN Y PERSONALIZACIÓN

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

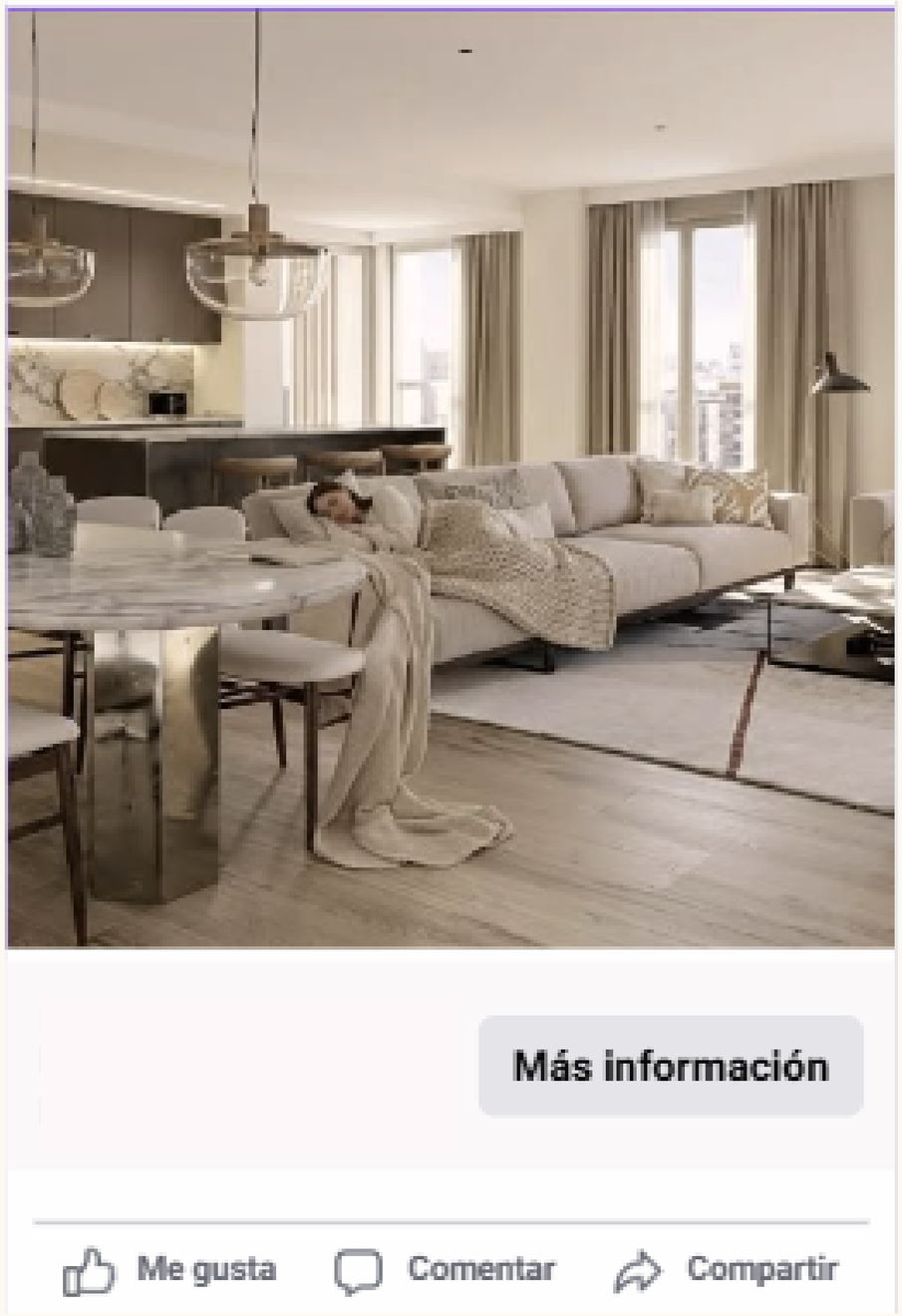
“Tu vivienda a tu gusto desde el primer día”

- Publicación:

Imagen interior vivienda

- Carrusel:

Imágenes: detalles, personalización, calidad…



“Vivir en el centro también puede ser vivir con calma”

CAMPAÑA 3 - INVERSORES

-Objetivo: Clientes potenciales

Audiencia

- Categoría especial: Vivienda.
- Ubicación: Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Bilbao, San Sebastián...
- Intereses: Inversión inmobiliaria, inversión,Compra de inmuebles, casa, inmobiliaria...

Conversión

Ubicación de la conversión → Landing page y formularios instantáneos

Segmentación de los creativos en diversos factores

CREATIVOS DE ANUNCIOS

VALOR DE LA INVERSIÓN

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

“Invertir no es comprar cualquier cosa.”

- Publicación:

Imagen The Avenue, “Invertir bien es saber elegir el producto.”

- Carrusel:

Imágenes: 32 viviendas, ubicación , diseño, demanda...

CENTRO Y EXCLUSIVO

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

“Invertir en lo que siempre se busca.”

- Publicación:

“Lo exclusivo siempre se alquila primero”

- Carrusel:

Imágenes: ubicación céntrica, calidades, rentabilidad estable

RESULTADOS INVERSIÓN

CONJUNTO DE ANUNCIOS

- Reel:

“Invertir es obtener resultados, no promesas.”

- Publicación:

“Comprar bien hoy es ganar mañana”, posible alquiler

- Carrusel:

Imágenes:demanda muy alta, precio competitivo



displayurl.com

Encabezado

Descripción del enla...

Más información

Me gusta Comentar Compartir

SOCIAL MEDIA MARKETING

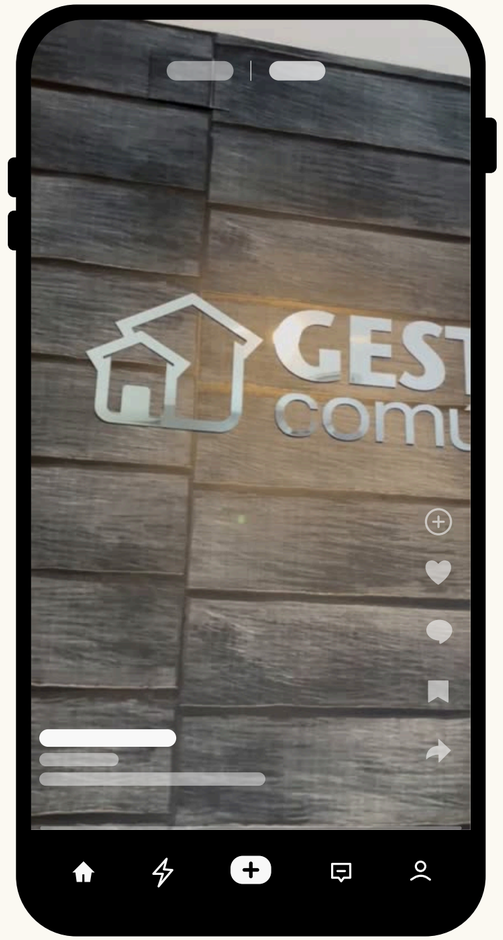
Publicaciones en las diferentes redes sociales, en todos los formatos:

- Reel / Tik Tok
- Publicación
- Carrusel
- Historias

Publicando de manera estratégica y ordenada , podremos conseguir visibilidad , seguidores y más tráfico , lo que nos ayuda a conseguir nuestros objetivos.

INTERACCIÓN CON POSIBLES CLIENTES

REDES SOCIALES:





CALENDARIO



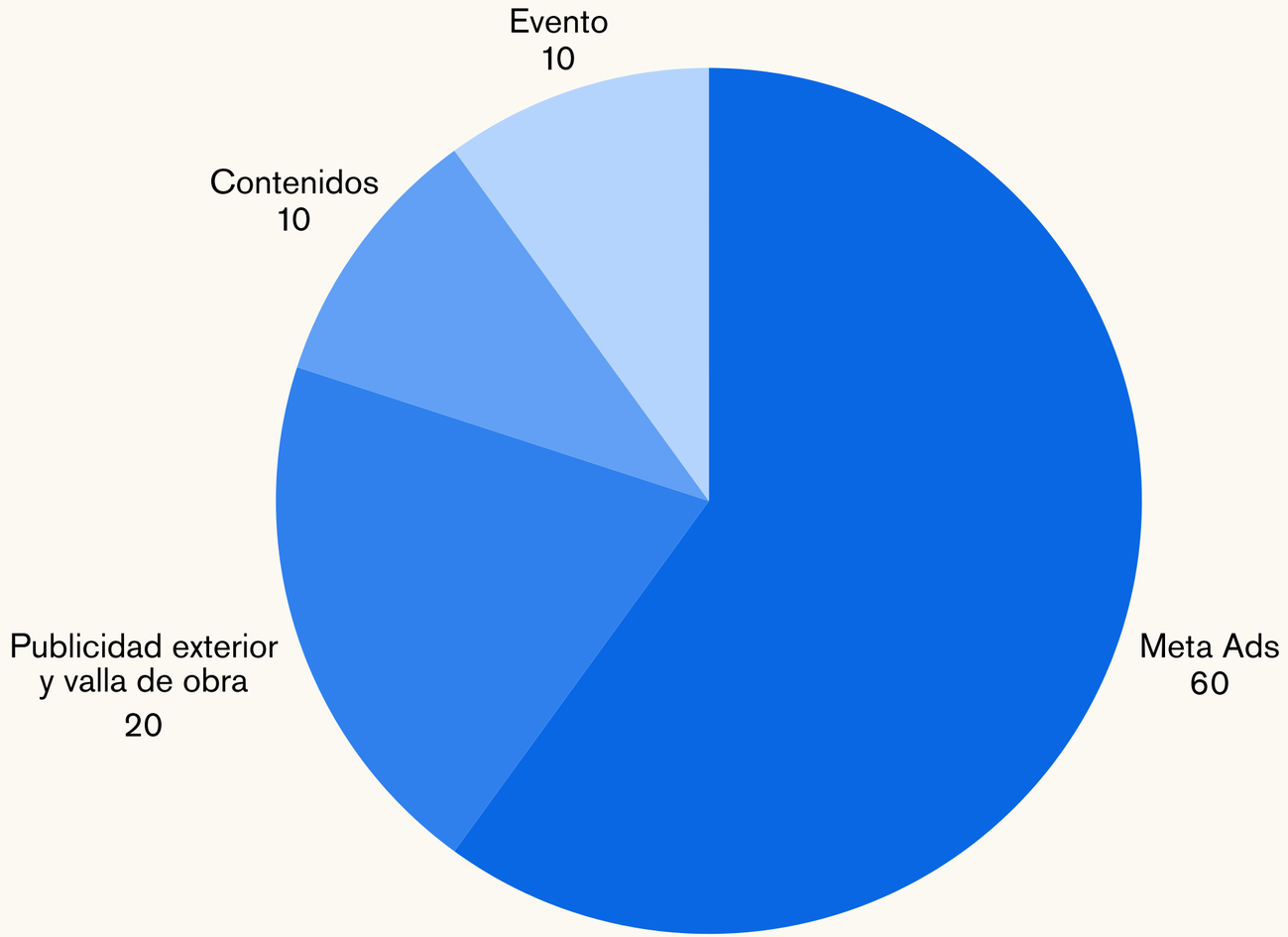


EMAIL MARKETING

Hemos elaborado un flujo de correo, con el objetivo de atacar con nuestra estrategia de email marketing a todos los leads de manera automática.



PRESUPUESTO



CONCLUSIONES

La estrategia de marketing de The Avenue se ha diseñado para maximizar la captación de compradores cualificados combinando segmentación por perfiles, campañas de Meta Ads, contenidos estratégicos en redes sociales y una landing optimizada para leads.

GRACIAS!

¿ALGUNA PREGUNTA?