

БУДІВНИЦТВО

UGROÏDY



Маркетинг для будівельної сфери: від digital до брендування та корпоративних рішень

Ми розуміємо, з якими викликами стикається будівельна компанія щодня. І водночас знаємо, як перетворити їх на нові можливості завдяки сучасному маркетингу.

Будуєте об'єкти без вихідних, а девелопери або замовники занижують вартість ваших послуг?

Не встигаєте розповісти про якість та масштаби своєї роботи, бо всі сили йдуть у процес будівництва?
Маємо рішення.



Фінанси та ринок



Інструменти:

- **Брендинг:** логотип, айдентика, оформлення будівельних майданчиків і техніки.
- **Digital:** сайт/лендінг із портфоліо об'єктів, таргетована реклама, SEO.
- **Storytelling:** історія компанії, відео «від проєкту до зданого об'єкта».
- **E-commerce:** онлайн-калькулятор вартості робіт, форма швидкого замовлення, маркетплейси послуг.



Як реалізуємо:

- Розробляємо бренд-гайд.
- Запускаємо сайт із портфоліо та формами онлайн-замовлення.
- Ведемо соцмережі (Instagram, TikTok, Facebook).
- Запускаємо рекламу на конкретні міста та регіони.



Ефект: можливість брати дорожчі контракти, зменшити залежність від підрядників і тендерів, формувати базу постійних клієнтів — **ваш власний ринок замовників.**



Клімат і ризики

Інструменти:

- **PR-кампанії:** матеріали у галузевих та бізнесових виданнях, згадки у ЗМІ.
- **Контент:** історії про інвестиції у нову техніку, дотримання стандартів безпеки, стабільність роботи компанії.
- **Комунікаційні формати:** інтерв'ю з керівниками, відео з будмайданчиків, аналітика ринку.

Як реалізуємо:

- Публікуємо матеріали «чому наше будівництво стабільне навіть у кризові періоди».
- Створюємо рубрику «надійність компанії» у соцмережах.
- Демонструємо приклади довгострокових контрактів та відгуки клієнтів.

 **Ефект:** ринок бачить вас як стабільного партнера → замовники продовжують контракти навіть у складні роки, а нові клієнти обирають вас завдяки репутації надійності.



Техніка та ресурси

Інструменти:

- Відео з будмайданчиків (YouTube, TikTok).
- Фотозвіти «до/після» впровадження нової техніки або матеріалів.
- Партнерський контент із постачальниками будівельного обладнання та ресурсів.

Як реалізуємо:

- **Показуємо історії** «старі технології → нова техніка → результат на об'єкті».
- **Публікуємо порівняння:** скільки часу/ресурсів займали процеси раніше і як вони скоротилися завдяки новому обладнанню.
- **Демонструємо приклади** безпеки та якості роботи після модернізації.

 **Ефект:** формується довіра до вашої компанії → легше залучати партнерів, інвесторів і отримувати нові замовлення.



Кадри



Інструменти:

- **HR-бренд:** професійна фото- та відеозйомка життя колективу на будмайданчику.
- **Внутрішній маркетинг:** брендований мерч, корпоративні заходи для команди.
- **Digital для молоді:** TikTok, Instagram, Telegram як канали залучення кадрів.



Як реалізуємо:

- **Показуємо будівельників і інженерів** як «героїв професії».
- **Запускаємо серію роликів** «наш будмайданчик — місце розвитку та кар'єрного зростання».
- **Створюємо сучасний контент** про команду, робочі умови та корпоративну культуру.



Ефект: молодь хоче працювати саме у вас, команда стає лояльнішою, престижність компанії та довіра до бренду росте.



Держава та регуляції



Інструменти:

- **PR та публічність:** статті та інтерв'ю у місцевих і національних ЗМІ.
- **Участь у форумах та галузевих івентах:** будівельні виставки, конференції, профільні асоціації.
- **Персональний бренд керівника:** позиціонування як експерта у будівництві.



Як реалізуємо:

- Публікуємо колонки у медіа з акцентом на інновації та якість у будівництві.
- Створюємо медійний образ «керівника-будівельника» як експерта галузі.
- Організовуємо зустрічі з владою та профільними структурами як представника будівельної компанії.



Ефект: влада та партнери бачать вас як серйозного гравця у будівництві → ваша позиція має вагу, легше просувати інтереси компанії та отримувати підтримку на рівні регуляцій, тендерів і проєктів.



Логістика



Інструменти:

- Партнерства та альянси із постачальниками матеріалів.
- Прозорі комунікації: офіційні повідомлення у соцмережах.
- Спільні платформи для планування та контролю поставок.



Як реалізуємо:

- Створюємо єдиний бренд або об'єднання компаній для підвищення переговорної сили.
- Публікуємо офіційні меседжі про затримки із поясненням причин.
- Запускаємо контент-рубрику «контроль строків і поставок» для клієнтів.



Ефект: навіть у випадку проблем клієнти залишаються, бо бачать відкритість і чесність → довіра зберігається, а партнерства з постачальниками знижують витрати та ризики зривів.



Соціально-побутові

Інструменти:

- Соціальні проекти: підтримка шкіл, спорту, культури, благоустрій міста/громади.
- Медійні кампанії: історії про «будівельну компанію як партнера громади».
- CSR: звіти про внесок у громаду та підтримку соціальних ініціатив.

Як реалізуємо:

- Знімаємо відео про участь компанії у соціальних проєктах (ремонт шкіл, спортивні майданчики, культурні події).
- Публікуємо пости «будуємо не тільки об'єкти, а й майбутнє громади».
- Організовуємо локальні заходи з брендингом компанії: фестивалі, дні міста, професійні івенти.

 **Ефект:** повага громади, підвищення соціального статусу компанії, підтримка у будь-яких питаннях, формування позитивного іміджу на ринку та серед партнерів.



ГРОШІ та ВАРІАНТИ

UGROİDY



Рішення

Ми пропонуємо комплексну стратегію просування вашого бренду, що охоплює digital-активності, контент у ЗМІ, SMM та брендovanі продукти:



Digital-маркетинг

- Соцмережі (Instagram, TikTok, Facebook) – створення контенту про будівельні об'єкти, команду та процеси.
- Таргетована реклама для залучення замовників у конкретних містах та регіонах.



PR та медіа

- Замовлення статей у галузевих та бізнесових виданнях.
- Публікації та коментарі експертів компанії для підвищення впізнаваності та авторитету.



Мерч та продукт

- Розробка брендovanого мерчу та корпоративних подарунків для клієнтів і партнерів.
- Створення інтегрованих кампаній (акції, промо, розіграші для майбутніх клієнтів і мешканців об'єктів).

Мета: сформувати впізнаваний бренд будівельної компанії, збільшити охоплення та залучити нових замовників і партнерів, використовуючи комплексний підхід від digital до фізичного продукту.



Гроші

Ми адаптуємо формат під ваші цілі та масштаб компанії



Бюджет та ресурси (орієнтовно)

- **Базовий: від €1 000/міс.** (старт для формування бренду й онлайн-присутності)
- **Розширений: €3 000–6 000/міс.** (активний розвиток: контент + реклама + PR)
- **Повний: від €7 000/міс.** (повний маркетинг-цикл: реклама, PR, виїзди, мерч, спецпроекти)

Фінальна вартість залежить від кількості обраних напрямів та обсягу робіт.



UGROÏDY

Це кінець пропозиції. Що робити далі, вирішувати вам (натисніть тут)

