KONKREET

ALIDES

Geïntegreerde marketingcommunicatie voor Alides

Eén ontwikkelaar, drie verschillende projecten: Handlangers neemt Leiepark, Vue en Evora onder handen



ALIDES

Geïntegreerde marketing-communicatie voor Alides

IN SHORT

Client: Alides
Industry: Real estate

WHAT DID WE DO

- Creative branding
- Content creation
- Online marketing

Leiepark, Vue en Evora: drie vastgoedprojecten waarvoor vastgoedontwikkelaar Alides op zoek ging naar een strategische push. Wat hebben de projecten verder nog gemeen? Een AAA-locatie, uitstraling en een publiek dat deels bestaat uit investeerders. Handlangers voorzag elk project van een eigen gezicht en een plan op maat. Van visuele branding en uitwerking van de volledige website tot de commercialisatie via online campagnes: ontdek in deze case wat we voor Alides realiseerden.

ÉÉN ONTWIKKELAAR

Alides is een Gents bedrijf met jarenlange ervaring in vastgoedinvestering en -ontwikkeling. Als ontwikkelaar focust Alides zich vooral op interessante locaties in en rond centrumsteden zoals Brussel, Gent, Antwerpen en Kortrijk. Telkens ligt de focus op de herwaardering van buurten op strategische locaties.

DRIE PROJECTEN

Leiepark in het Oost-Vlaamse Sint-Denijs-Westrem bestaat uit zes luxueuze villa-appartementen en draait volledig rond stijlvol en exclusief wonen aan de oevers van de Leie.

Vue is een fris en kleinschalig nieuwbouwproject in hartje West-Vlaanderen (Veurne). Dit project combineert zicht op de stad met zicht op het groen.

Evora in Evere (Brussel) is een karaktervol nieuwbouwproject op het kruispunt van rust en drukte.

START WITH WHY

Voor de drie projecten gaan we in onze marketingcommunicatie verder dan een opsomming van het aantal units, slaapkamers en parkeerplaatsen. We onderzochten wat de drijfveren achter het project waren. Waarom is Vue, Leiepark of Evora een meerwaarde voor de buurt?

Door op zoek te gaan naar het waarom konden we dieper graven. Ook de visie, waarden en persoonlijkheid achter het project kwamen aan bod. We stelden de purpose of het doel helemaal scherp en legden een brede basis om aan storytelling te doen. We brachten dan ook telkens een coherent en inspirerend verhaal.

Did you know...
Waar vandaag zes villa-ppartementenontstaan, was in de vorige eeuw een statige dokterswoning.

STORYTELLING PUR SANG

In het geval van Leiepark leefden we ons volledig uit. De geschiedenis van het gebouw gaat terug tot 1939 en leent zich daardoor helemaal tot rijke storytelling.

De schild- en zadeldaken, overstekende dakranden, glas-in-loodramen en het gesculpteerd houtwerk en pilasters zullen ook na de reconversie duidelijk zichtbaar blijven. Verder is het wapenschild van de familie die oorspronkelijk de kasteelvilla bewoonde, nog gesculpteerd en ingekleurd terug te vinden op de schouw. De monumentale neo-Lodewijk XVI-trap is nog zo'n authentieke parel.



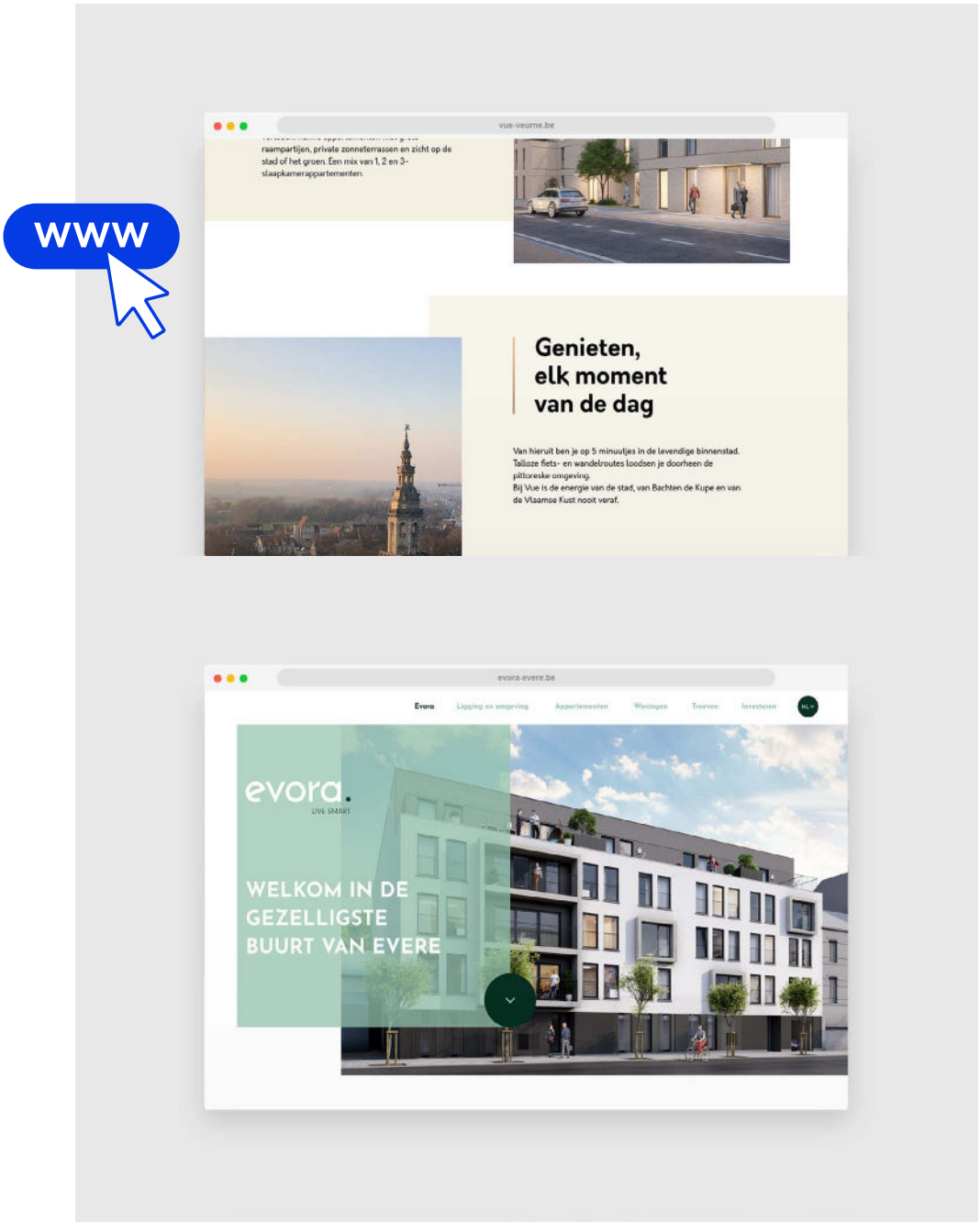
Brochure (Leiepark)

Ook voor Vue waren er genoeg bijzonderheden om een samenhangend verhaal rond te creëren. Zo bevindt het project zich op een interessant kruispunt tussen de stad en de groene omgeving. We lieten ons inspireren door de energie van de stad, van 'Bachten de Kupe' en van de Vlaamse kust. Kortom: meer dan voldoende dankbare elementen om mee aan de slag te gaan, zowel grafisch als tekstueel.

VISUELE BRANDING MET EEN GOUDEN RAND

Voor Leiepark resulteerde dat in een visuele branding die haast vorstelijk aanvoelt. Koningsblauw en gouden details zetten hier de toon. Met deze kleuren slagen we erin de aandacht te trekken van een vermogend publiek. Ook de emblemen die bij de verschillende units horen, de strakke beeldtaal en zelfs het font voelen bijzonder luxueus aan.

Met de branding willen we verder ook in het verlengde van het bestaande landschap liggen. We wilden niet ingrijpen in, maar wel samensmelten met de omgeving, net zoals de architect het ook bedoeld had. Zo kozen we bij Vue voor horizontale lijnen. Ook het appartementsgebouw zelf wordt voornamelijk gedefinieerd door horizontaliteit. We wijzen letterlijk en figuurlijk in de richting van de rijke, groene omgeving.



Website (Vue & Evora)

TONE OF VOICE AFGESTEMD OP HET DOELPUBLIEK

Ook tekstueel connecteren we met de buurt en ons doelpubliek. Voor Leiepark in Sint-Denijs-Westrem gaven we de verschillende units bijvoorbeeld Franse namen. Een verwijzing naar de 20e eeuw, waarin de meerderheid van de Gentse elite Frans sprak.

WELKOM THUIS IN SALON

Letterlijk: deel van het huis, chique woonkamer
De stijlvolle woonkamer was vroeger de centrale ontmoetingsplaats van de kasteelvilla. Hier werd geleefd. Dit was de plaats waar de familie samenkwam rond de gezellige open haard. Het wapenschild op de schouw is de stille getuige van een rijk verleden. Dit is de plaats om dichter bij elkaar te komen, maar ook om elkaar ruimte te geven. Tijd doorbrengen in het gezelschap van je gasten of gewoon ontspannen met z'n twee: hier kan alles.

Met de branding willen we verder ook in het verlengde van het bestaande landschap liggen. We wilden niet ingrijpen in, maar wel samensmelten met de omgeving, net zoals de architect het ook bedoeld had. Zo kozen we bij Vue voor horizontale lijnen. Ook het appartementsgebouw zelf wordt voornamelijk gedefinieerd door horizontaliteit. We wijzen letterlijk en figuurlijk in de richting van de rijke, groene omgeving.

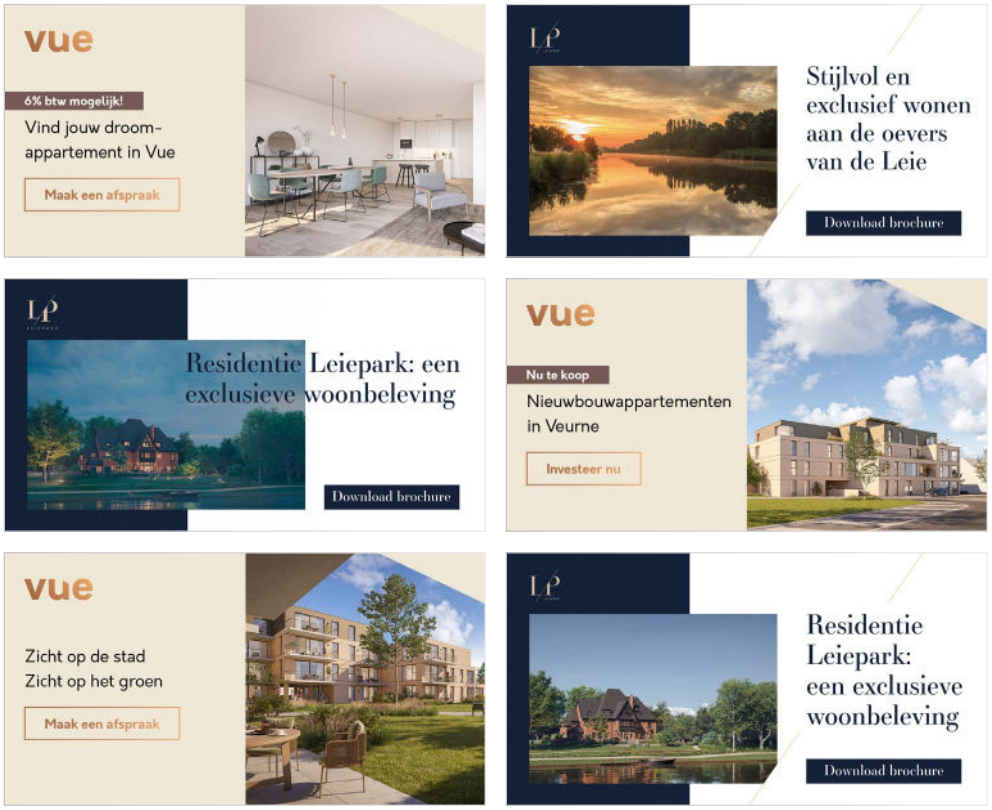
Did you know...
In de brochures wilden we niet alleen inspireren met de geschiedenis en de locatie van de projecten, maar ook gedetailleerd informeren over de verschillende beschikbare units.

ONLINE CAMPAGNE MET RICH CONTENT CENTRAAL

Verder creëerden we voor alle projecten een website. Voor Evora konden we ons baseren op de bestaande branding en zorgden we ervoor dat alles één consistent geheel vormde.

Voor Vue en Leiepark voerden we online campagne via onder meer Google Search, Google Display, Google Discovery, Facebook, Instagram en LinkedIn. Centraal in de online campagnes? Een brochure als rich content met waardevolle informatie over de projecten. Denk maar aan liggingsplannen, grondplannen en sfeerbeelden.

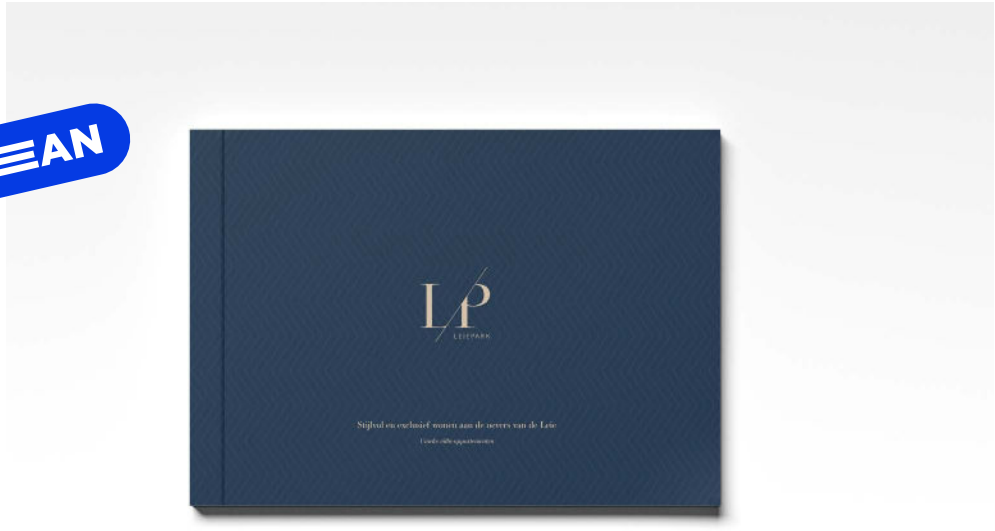
Op de website van Vue in Veurne trekken we de aandacht met een animatie die volledig in lijn ligt met de visuele branding die we gecreëerd hebben. De horizontale lijnen en de tinten in goud en koper komen hier herkenbaar terug.



Online ads (Vue & Leiepark)

OVERTUIGENDE OFFLINE ACTIES

Om de brochures ook offline te verspreiden, namen we het drukwerk voor onze rekening. Voor Leiepark kozen we voor een luxueuze, verfijnde afwerking met hardcover, hoogwaardig papier en foliedruk. Daarnaast creëerden we A5-flyers met de focus op activatie.



Borchure (Leiepark)

Je vastgoedproject succesvol lanceren?

Heb je ondersteuning nodig bij de creatie van je website, of ben je op zoek naar allround strategisch advies bij de lancering van je project? Wij staan je met plezier bij.

How to get started?
Get in contact with us!

KONKREET

BELGIUM
Lange Violettestraat 94
9000 GENT

THE NETHERLANDS
B. Building 1,
Johan Huizingalaan 763a
1066VH Amsterdam

The information contained in this document may not be used, published or redistributed without the prior written consent of Handlangers bvba/Megalomaan bv.