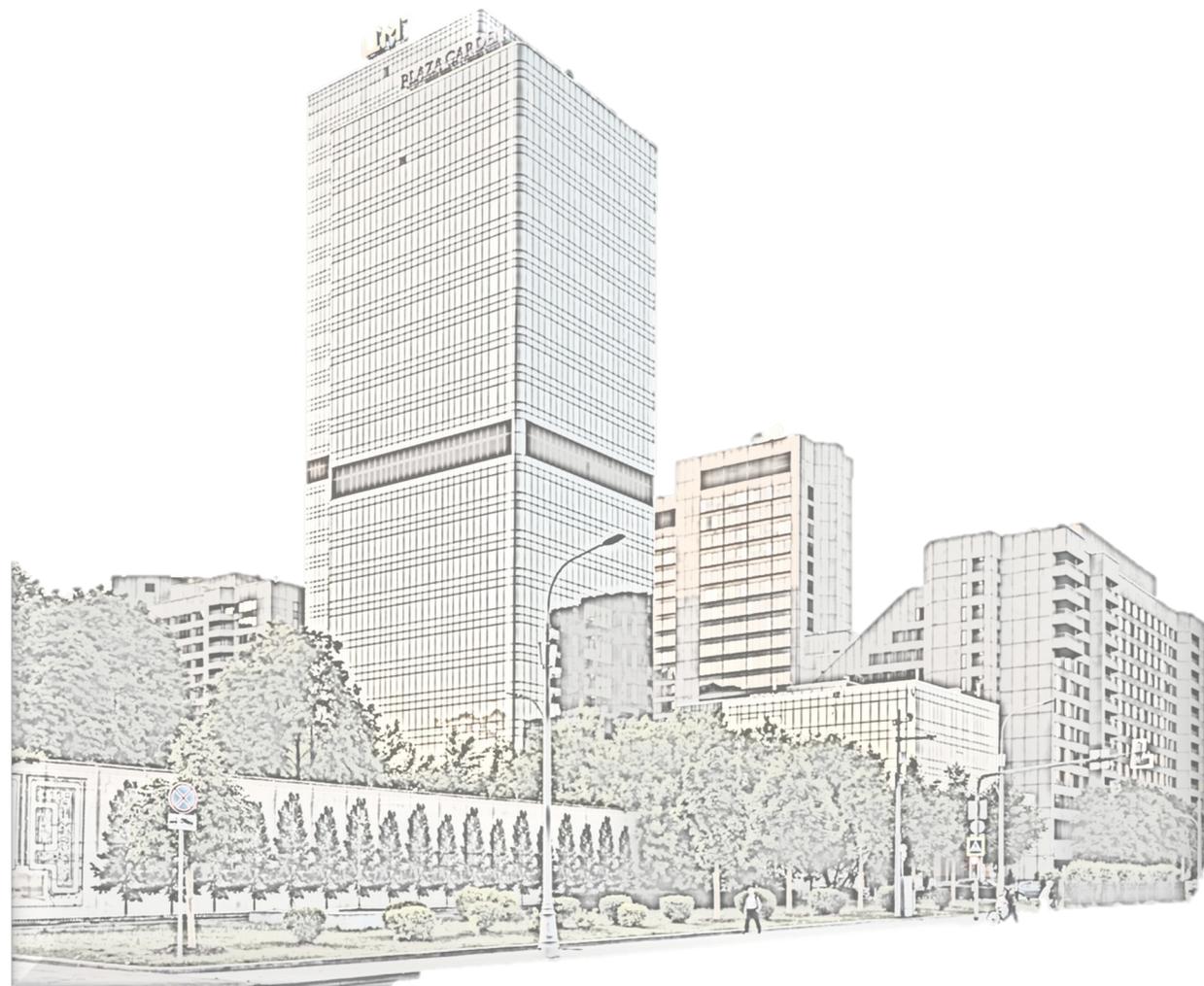


БРЕНДБУК ЦМТ 2025



ПРИЧИНЫ ОБНОВЛЕНИЯ БРЕНДА

1. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НЕ ПОМОГАЕТ ПРИВЛЕКАТЬ НОВУЮ АУДИТОРИЮ В ЦМТ

Наибольший объем текущей аудитории ЦМТ: уже действующие его резиденты, сотрудники компаний и посетители мероприятий, которые годы подряд проходят в ЦМТ

ЦМТ знают и доверяют, передавая из рук в руки, но новая аудитория не приходит на концепт «многофункциональный комплекс», так как не видит в нем дополнительной ценности

2. ПРОДУКТ СУЩЕСТВЕННО ВЫРОС

За последние 10 лет бизнесы ЦМТ и сам центр обновился и углубил сервисную составляющую, что уже не уместается в текущее позиционирование «эффективная работа и комфортный отдых»

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

Для нашей аудитории важными являются стабильность, безопасность и рациональное, эмоциональное подтверждение собственного статуса. Это проявляется в их стремлении к участию в мероприятиях, присутствию в сообществах, которые подчёркивают значимость их деятельности и позволяют установить новые деловые контакты.

Для них представляют ценность саморазвитие и улучшение своих навыков, экспертизы, расширение связей. Это подтверждается их готовностью инвестировать время и ресурсы в обучение, саморазвитие. Они стремятся быть в курсе последних тенденций и инноваций в своей области.

Им важно ощущать свою принадлежность к сообществу успешных и влиятельных людей.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ГИПОТЕЗЫ

СЕГМЕНТ «ПОСЕТИТЕЛИ РЕСТОРАНОВ И ЗАКАЗЧИКИ БАНКЕТОВ»

Сотрудники ЦМТ, компаний-арендаторов и близлежащих офисов, участники мероприятий, жители близлежащих районов. Корпоративные и частные заказчики Москвы.

Пол: мужчины и женщины

Возраст: 30-60 лет

Их могут привлечь широта концепций: возможности для любого сценария и бюджета,

и понятная еда, и сезонные предложения, разнообразие кухни, гибкие часы работы. Банкеты и свадебное предложение в комплексе: и центральная локация, пространство (панорамные залы), и меню, и широкие возможности для декора под концепт мероприятия, и сопровождение организации. Статус и премиальность: здесь обедают, ужинают лучшие, лучшие доверяют свои события ЦМТ. Также на выбор влияют личный опыт взаимодействия с брендом, советы коллег и партнеров.

СЕГМЕНТ «ГОСТИ ГОСТИНИЦ»

Участники мероприятий Конгресс-центра, бизнесмены, топ-менеджмент в командировке, молодожены, туристы с детьми

Пол: мужчины и женщины

Возраст: 35-60 лет

Их могут привлечь широкий спектр номеров, отточенная эргономика, бесплатная парковка, транспортная доступность, близость к мероприятию, бизнес-встречам, центрам, инфраструктура: рестораны, парк, фитнес-центр, бассейн, возможность заселиться день в день при отсутствии мест в других гостиницах, статусное место, премиальное обслуживание, деловой центр Москвы, возможность не заботиться о домашних делах. Свадебный пакет.

СЕГМЕНТ «ГОСТИ ФИТНЕС-ЦЕНТРА»

Офисные работники (ЦМТ и ближайшие комплексы) Жители близлежащих районов

Пол: мужчины и женщины

Возраст: 25-50 лет

Их может заинтересовать фитнес-центр у дома/офиса, который даст ощущение престижа и особого отношения, место встречи потенциальных клиентов и партнеров в неформальной обстановке, обретение мотивирующего окружения.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ГИПОТЕЗЫ

СЕГМЕНТ «КОМПАНИИ-АРЕНДАТОРЫ»

ЛПР (директора, основатели, топ-менеджмент компании) – имиджевая коммуникация с ними. Офис-менеджеры и риелторы по коммерческой недвижимости – рациональная коммуникация

Пол: мужчины и женщины
Возраст: 35-60 лет

Для них важны: привлекательность офиса для клиентов, соискателей и сотрудников — статус, общие зоны, инфраструктура, интерьер, возможности для нетворкинга, эффективная стоимость 1 рабочего места, адекватная цена по рынку (класс, район, ниша), безукоризненный комфорт, человеческие отношения с арендодателем.

СЕГМЕНТ «ОФИСНЫЕ СОТРУДНИКИ»

Сотрудники ЦМТ или компаний-резидентов (менеджмент, юристы, маркетологи, IT, консультанты, логисты, нотариусы и др)

Пол: мужчины и женщины
Возраст: 25-50 лет

Их могут заинтересовать: пространство, которое даст Work-life баланс, чувство уверенности в завтрашнем дне, ощущение стабильности, саморазвитие. Инфраструктура, которая их понимает: от кофе-пойнтов до фитнес-программы после рабочего дня.

СЕГМЕНТ «АРЕНДАТОРЫ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДИ»

Основатель, директор/менеджер по подбору помещений. Риэлторы и агентства по подбору коммерческой недвижимости

Пол: мужчины и женщины
Возраст: 35-50 лет

Их могут привлечь возможности: иметь высокий трафик целевой аудитории в локации и налаженный поток клиентов, возможность за счет помещения передать позиционирование, суть проекта, минимизация затрат и собственных ресурсов на ремонт и обслуживание

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ГИПОТЕЗЫ

СЕГМЕНТ «ОРГАНИЗАТОРЫ МЕРОПРИЯТИЙ»

Работники event-агентств или event-менеджеры в государственных структурах, научных институтах, культурных организациях, event-команды среднего и крупного бизнеса

Пол: мужчины и женщины
Возраст: 25-45 лет

Для всех организация — ресурсозатратный процесс: дорого, нервно, долго. Их может привлечь опция получить площадку, которая за короткий срок обеспечит:

- имидж события
- безопасность
- оснащение (техника/оформление)
- под ключ без доп подрядчиков
- учет специфических нюансов (аудитория события, размещение, привлечение)

И при этом впишется в бюджет.

СЕГМЕНТ «ПОСЕТИТЕЛИ МЕРОПРИЯТИЙ»

Представители IT, ритейла, образования, социального сектора, финансов, сотрудники или основатели компаний

Пол: мужчины и женщины
Возраст: 30-60 лет

Столкнулись с кризисом в бизнесе или карьере, есть желание профессионально развиваться, необходимость выйти на новых клиентов и бизнес-партнеров, желание ознакомиться с новыми продуктами, услугами, трендами в своей сфере.

Их интересует возможность найти инсайт/решение, чтобы выйти на ускоренное развитие в карьере/бизнесе/личном росте. Расширить окружение и сформировать новые деловые связи.

СЕГМЕНТ «МОЛОДЕЖЬ»

Студенты лучших ВУЗов страны или их выпускники

Пол: мужчины и женщины
Возраст: 18-24 года

Недавно начали свою карьеру в областях менеджмента, маркетинга, экономики, юриспруденции или начинающие предприниматели с крупными карьерными и личными амбициями на будущее, ищут возможности, понимают, что связи – упрощают рост. Их могут привлечь полезные знакомства для продвижения в карьере, работа в крупной компании с хорошим доходом или его перспективой в горизонте 1-3 лет.

ПОРТРЕТЫ ЦА*

ГОСТИ ГОСТИНИЦЫ

Алексей, 42 года, 400 000 р/мес, региональный директор крупной фармацевтической компании

Причины посещения: приехал в Москву для участия в отраслевой конференции, которая проводится в ЦМТ. На поездку запланировано еще несколько деловых встреч в районе Москва-Сити. Проживание близко к конференции и в пешей доступности к Москва-Сити позволяет экономить время и не думать о сложных передвижениях. Алексей ежедневно посещает спортзал, чтобы оставаться в форме + привык к комфорту и высокому классу обслуживания.

Интересы: Спорт, бизнес-управление, инвестиции, медицина, технологии, путешествия

Где обитает: Блоги в Телеграм и Ютуб о карьере, лидерстве и мотивации. СМИ с экономическими и политическими новостями. Аналитические материалы о тенденциях рынка.



* на основании страниц подписчиков соцсетей ЦМТ, анализа интересов подписчиков групп конкурентов, отзывов на картах, средних зарплат по рынку, статей в профильных СМИ.

ПОРТРЕТЫ ЦА

ПОСЕТИТЕЛИ РЕСТОРАНОВ

Анастасия, 35 лет, 200 000 р/мес, директор по маркетингу в финансово-технологической компании в Москве, замужем, 1 ребенок (7 лет)

Причины покупки/посещения: Посещает конференцию по бизнес-планированию и ищет место, где можно провести ужин с потенциальным партнером, которого она встретила на конференции.

Важно: Тихое место с отточенным сервисом, недалеко от конференц-зала.

Интересы: Бизнес, дети, современное искусство

Где обитает: Блоги в Телеграм и Инстаграм с новостями финансовой биржи, СМИ о технологиях, блоги с культурными новостями Москвы.



ПОРТРЕТЫ ЦА

АРЕНДАТОРЫ ОФИСОВ

Петр, 37 лет, исполнительный директор в IT-компании, доход — от 1 000 000. Живет в Москва-Сити.

Причины покупки: Старое место аренды стало мало из-за расширяющегося штата. Перед топ-менеджером стоит задача — создать рабочее пространство, которое поддержит бренд компании и улучшит восприятие компании клиентами, соискателями и партнерами. Также офис должен быть комфортным для сотрудников и способствовать эффективности труда.

Петр рассматривает гибкий офис — такой формат позволяет вести гибридный формат работы. Количество рабочих мест в офисе может быть ниже, чем количество имеющих к ним доступ.



ПОРТРЕТЫ ЦА

АРЕНДАТОРЫ ОФИСОВ

Важно: Расположение в центре Москвы и в шаговой доступности от метро. Важна возможность гибкого офиса. Имидж места как современного и статусного. Развитая деловая мотивирующая среда, успешные бизнесы вокруг. Открытая коммуникация с арендодателями.

Интересы: Инвестиции, IT, финтех, геймдев, бизнес-управление, политика, технологии, стартапы.

Где обитает: Блоги в телеграм и инстаграм с новостями о технологиях, IT, урбанистике, бизнесе, инвестициях. Ютуб-блоги о финансах, политике, науке, новостях в мире креативных индустрий



ПОРТРЕТЫ ЦА

АРЕНДАТОРЫ ТОРГОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Ксения, 48 лет, 200 000 р/мес, владелица магазина Fashion Code, не замужем, дети выросли

Причины покупки/посещения: Ксения 15 лет работала в сфере люксовой моды — выросла от консультанта до управляющей магазина на Арбате. Решила открыть собственный шоу-рум брендовой одежды. Необходимо место с хорошей проходимостью, люксовыми бутиками вокруг (общий премиальный климат), надежными и внимательными к хозяйственным вопросам арендодателями.



ПОРТРЕТЫ ЦА

АРЕНДАТОРЫ ТОРГОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Важно: чтобы место привлекало аудиторию с высоким доходом, которая потом может стать постоянными клиентами.

Интересы: мода, бизнес-управление, политика, коммуникации, психология

Где обитает: Блоги в телеграм, ютуб, инстаграм о моде, управлении, здоровье, коммуникациях. СМИ с политическими и экономическими новостями, о креативной индустрии



ПОРТРЕТЫ ЦА

ПОСЕТИТЕЛИ МЕРОПРИЯТИЙ

Ольга, 39 лет, 200 000 р/мес, финансовый директор региональной компании в сфере логистики

Причины посещения: Компания столкнулась со стагнацией — старые инструменты больше не приводят к росту. Финансовый директор в поиске новых механизмов ведения процессов, чтобы актуализировать компанию и выйти на национальный уровень из регионального. Компания отправила Ольгу на форум по бизнес-планированию.



ПОРТРЕТЫ ЦА

ПОСЕТИТЕЛИ МЕРОПРИЯТИЙ

Важно: Чтобы на форуме выступали известные эксперты и спикеры, к которым уже есть доверие. Чтобы была создана среда для неформального делового общения и нетворкинга, обмена опытом.

Интересы: Финансовые технологии и инвестиции, политика, фитнес, кулинария

Где обитает: Блоги в Телеграм, Инстаграм и Ютуб о финансовых трендах, об инвестициях.
СМИ с экономическими и политическими новостями



ПОРТРЕТЫ ЦА

ОРГАНИЗАТОРЫ МЕРОПРИЯТИЙ

Ксения, 35 лет, 250 000 р/мес, тим-лид в отделе планирования в фирме, которая организует конференции

Причины покупки/посещения: Ксения второй год курирует организацию конференции по электронной коммерции. В прошлом году форум проходил на крупной площадке в Московской области. На площадке были проблемы с техническим оснащением — не хватало проекторов, экраны выглядели не эффектно, звук подвел, пришлось дорого арендовать и транспортировать недостающую мебель.

У мероприятия был выставочный формат — пришлось искать дополнительного подрядчика для строительства павильонов-ширм, вышло дорого. В этом году приняли решение искать пространство подороже, но с сокращением расходов на доп. услуги.



ПОРТРЕТЫ ЦА

ОРГАНИЗАТОРЫ МЕРОПРИЯТИЙ

Важно: Площадка должна отражать ценности события. Мероприятие новое, ему не хватает узнаваемости и доверия от аудитории — нужна информационная поддержка от площадки для укрепления статуса события. Ксении, как деловому человеку, важно, чтобы ее сопровождали отзывчивые менеджеры со стороны площадки + велся четкий, отлаженный процесс коммуникации. Чтобы не тратить внимание и нервы на каждую перегоревшую лампочку. Важна безопасность участников, транспортная доступность.

Блоки/стоп-факторы: Нет информации о прошлых и будущих мероприятиях - не известно, совпадает ли ЦА и ценности. Нет возможности заказать клининг/кейтеринг/арендовать мебель и технику/использовать другие сервисы. Сложная, длинная коммуникация при первом контакте. Плохая техническая оснащенность. Трудно монтировать событие — проблемы со въездом/разгрузкой/транспортировкой.



ПОРТРЕТЫ ЦА

МОЛОДЕЖЬ

Влад, 22 года, 50 000 р/мес, студент МФТИ по направлению информатика и вычислительная техника, проходит стажировку в Самокат tech, на которую попал с трудом.

Причины покупки/посещения: стажировка скоро закончится, а желание Влада ещё в университете попасть в крупную компанию – нет. Он в будущем хочет открыть свой стартап, а сейчас ищет новые возможности для трудоустройства и хочет расширить свои профессиональные контакты, чтобы набраться опыта «как это у взрослых».

Важно: получить подтверждение и признание более опытных и статусных коллег, через знакомства «ускорить путь».

Блоки/стоп-факторы: слишком серьезно, меня не примут, посмеются.



ИНСАЙТ

Мир очень быстро меняется и нам не хочется остаться на его обочине, наоборот – хочется быть впереди. Для этого нужно упорно и много работать. Хочется найти пространство, которое будет двигать вперед и при этом давать опору, стабильность, комфорт.



Александр М.

Знаток города 15 уровня

[Подписаться](#)

★★★★★ 31 марта

Многоэтажный бизнес центр с отелем, ресторанами и магазинами. Девять корпусов, подземная и уличная парковка. Доступная по цене столовая. Уличная парковка почасовая. Цена аренды офиса достаточно высокая. Но место намоленное на деньги

ИНСАЙТЫ АУДИТОРИИ

gooddima04

Знаток города 22 уровня

Подписаться

★★★★★ 9 марта

Монументальное здание. Город в городе. Есть кафе, рестораны, гостиница. Проводятся бизнес конференции. Туалеты чистые. Обслуживание достойное. Находится в центре города, что обеспечивает доступность к объекту.



евгений мещеряков

Знаток города 14 уровня

Подписаться

★★★★★ 17 июня

Прекрасное место, старинный комплекс со своим развитым внутренним миром, отличной системой парковки, всегда удобно добраться, народу всегда не много. Персонал на входе вежливый



Константин Крестьян

Знаток города 22 уровня

Подписаться

★★★★★ 12 февраля

Как говорят - место силы. Удобное, классное, практичное. Переговоры здесь заканчиваются подписанием на тысячи и тысячи долларов США или Юаней. Кто что любит в последнее время.



дмитрий

Знаток города 22 уровня

Подписаться

★★★★★ 27 сентября 2023

Помещения класса А . Все по высшему разряду, целый комплекс,удобно для большого бизнеса есть несколько баров и ресторанов блюда от именитых поваров!!! Очень удобное место для проведения мероприятий от дружеских посиделок до свадеб. Везти бизнес удобно все сделано для того что бы вы трудились или отдыхали.



Детальный анализ аудитории представлен
[по ссылке](#)

КОНКУРЕНТЫ

РЫНОК, ПРЯМЫЕ КОНКУРЕНТЫ

Деловые и выставочные центры, общественные пространства, креативные и научно-технологические кластеры. Особое внимание уделено ближайшим по расположению площадкам и деловым центрам Москвы, но учтены и сильнейшие представители отрасли по России

Москва: Павелецкая плаза, Инновационный центр Сколково, Дизайн Завод, Суперметалл, Хлебозавод, MTC Live Hall

Рядом: Москва Сити, ДЦ Москва, Romanov dvor, Деловой квартал Рассвет, Трехгорная мануфактура,

Россия: Экспофорум, Деловой квартал Невская Ратуша (Галс-Девелопмент), Сеть БЦ Сенатор, МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»

РЫНОК, КОСВЕННЫЕ КОНКУРЕНТЫ

Коворкинги, застройщик элитной недвижимости, отели

Сеть по Москве:

Коворкинг SOK

Рядом: Four
Seasons Hotel
Moscow

Сеть по России:

Гибкие офисы Ключ

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

ВЕКТОРА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ:

1. Комфорт и стабильность (ДЦ Москва, деловой квартал Рассвет и др)
2. Современность, динамика, активная среда, ускорение, технологичность, возможности (Москва Сити, Сколково, Дизайн-завод, Экспофорум, Хлебозавод, Суперметалл)
3. Культурная среда, интеллигентная элитарность – (Галс-Девелопмент, Романов двор, креативные кластеры)

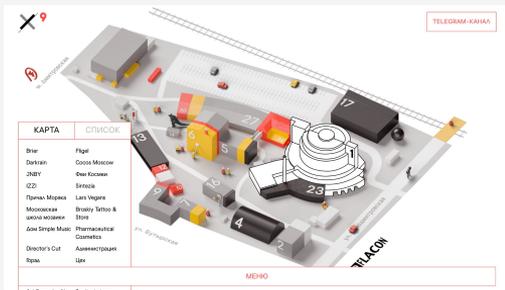
БРЕНДИНГ

Конкуренты редко используют не просто красивый визуал, а **осмысленный визуал**. Положительные примеры – Хлебозавод 9, Суперметалл, МТС Live Hall.

Детальный анализ конкурентов представлен [по ссылке](#)



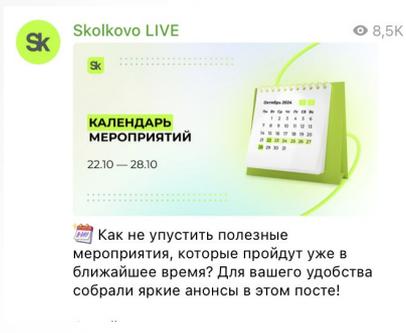
КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ



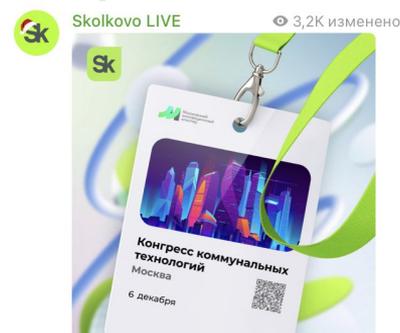
Визуализация зон, анимация движения посетителей = динамичное и популярное пространство



Основные цвета MTC live hall = цвета софитов, насыщенный отдых



Графика = технологичность, акцентный цвет = новаторство, визуальные рамки для рубрик



Иновации, которые сделают города еще комфортнее и безопаснее

Детальный анализ конкурентов представлен [по ссылке](#)

ПИРАМИДА БРЕНДА

ЦМТ НА ФОНЕ КОНКУРЕНТОВ



Большинство конкурентов занимают только одну территорию позиционирования.

ЦМТ — не соревнуется с ними и не вступает в конкурентную борьбу. Потому что ЦМТ и есть столица предпринимательства, захватывающая все территории сразу.

Комфорт и стабильность → современность и динамика
многолетний опыт и надежный фундамент дают возможность двигаться вперед своим путем и поддерживать, направлять резидентов.

Среда и сообщество

жители столицы: резиденты, команда и гости ЦМТ — главные адвокаты бренда, годами сформированное сильное окружение.

ЦМТ — классика, которая в моде всегда.

СУТЬ БРЕНДА ЦМТ

СУТЬ БРЕНДА

В начале был ЦМТ

ЦМТ Москвы — устойчивая точка притяжения, проверенная временем. Место силы, для тех, кто строит страну и новый мир.

История ЦМТ неразрывно связана с историей Москвы как центра предпринимательства России.

Неслучайно именно рядом с ЦМТ возник «остров»– Москва-Сити, быстро развивающийся деловой район. Но в начале был ЦМТ.

В нашей столице предпринимательства России строят крепкие и устойчивые связи, возводят федеральные и международные проекты, рождаются таланты, закладывают фундамент изменений в экономике, IT, технологиях, медицине и в других областях.



МИССИЯ БРЕНДА ЦМТ

**Создавать комфорт в настоящем,
строить надежные перспективы для будущего**

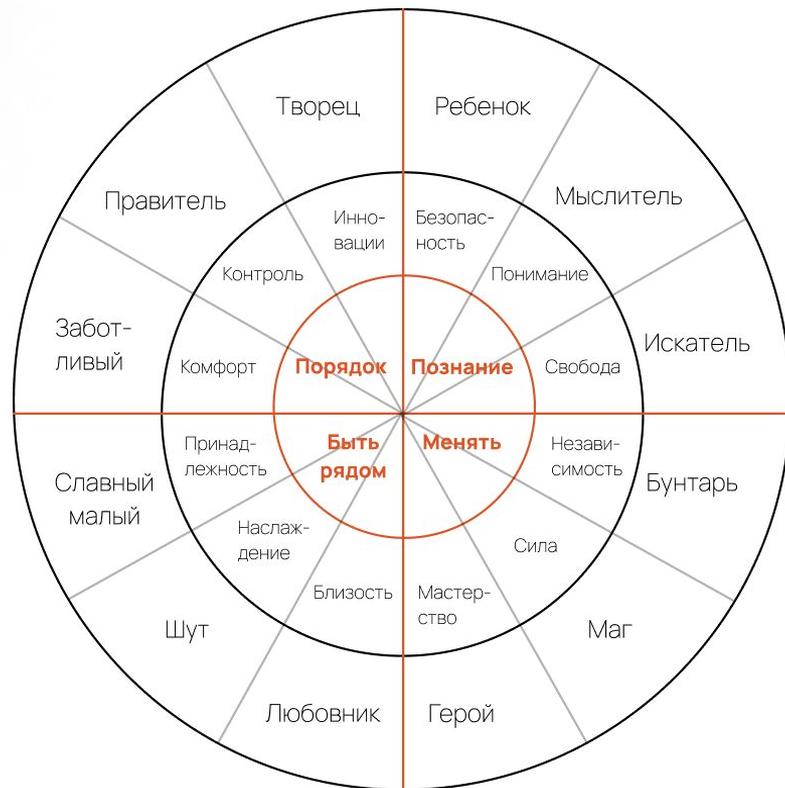
ХАРАКТЕР БРЕНДА

ПЕРСОНАЖ — ЗАБОТЛИВЫЙ ПРАВИТЕЛЬ

Заботливый бренд дает безопасность и комфорт. Строит доверительные отношения с резидентами и гостями: вслушивается в запрос и из элементов тонко и точно собирает оптимальное решение. Дарит ощущение «рядом».

Правитель – устремлен в будущее и выступает направляющим, дает толчок для движения вперед и ощущение понятности, стабильности в нестабильное время. Предоставляет свободу, но чтит единство подхода. Причастность к полю правителя укрепляет статус.

Характер: надежный, эрудированный, адаптивный, уверенный, увлеченный, авторитетный, понимающий, открытый к новому.



ЦЕННОСТИ

Человеко-центричность

- Возможность закрыть все свои потребности в одном месте
- Помощь в навигации: по центру и событиям
- Внимание к деталям и запросам: персональная сборка пространства и услуг под запрос
- Высокий уровень безопасности
- Говорим на понятном вам языке
- Стабильность в уровне оказываемых услуг

Внимание к традициям

- За ЦМТ стоят люди, строившие его поколениями
- Резиденты выбирают нас десятилетия
- Преемственность в интерьерах: нет быстрых изменений в угоду сгорающим трендам
- Рубрики истории ЦМТ, традиций команды

Визионерство

- Мы всегда за самосовершенствование: слышим челленджи рынка и постоянно адаптируемся под них
- ЦМТ – город, в котором растут компании и бизнесы в масштабах, прибыли, размерах

Статус

- Безупречная репутация, к которой хочется быть причастным
- Неброскость, даже скромность: не кричим о себе, но имеем вес в сфере
- Наши резиденты – лидеры рынка уже 45 лет
- Нам доверяют высочайший уровень проводимых мероприятий
- Мы – классика, которая никогда не выходит из моды

ПЕРСОНА БРЕНДА

Правитель. Последовательный и сильный духом лидер, за которым следуют. Прототип – Джефф Безос



- Знает, чего хочет, и идет к своей цели, своим путем, не следует быстротечным веяниям.
- Не боится принимать решения и нести за них ответственность. Он готов к трудностям и умеет их преодолевать.
- За ним стоят реальный опыт и знания: человек дела, а не слова
- Стоит за «своих людей»
- Поддерживает безукоризненную планку: коммуникации, сервис, процессы
- Сформированный авторитет идет вперед правителя



- Пренебрежительное отношение к коллегам и конкурентам или демонстрация собственной исключительности
- Неспособность признавать свои ошибки.
- Стремление выделиться и провокационное поведение (человек, которому уже не нужно ничего доказывать)
- Стремление за микро-трендами



РАЦИОНАЛЬНЫЕ BRAND PROMISES И RTB

Центральное расположение, близость ко всем ключевым точкам, живописные виды, но не в перегруженном историческом центре — город в центре города

Современное техническое оснащение здания и привлекательные интерьеры: позволяет выбрать ЦМТ для проведения разного типа мероприятий

Широкий спектр услуг для бизнеса и частных клиентов: адаптивность под нужды клиента

Программа лояльности способствует удержанию клиентов и возвращению за другими услугами ЦМТ

Проведение международных событий: известность в деловой и политической среде. Первые лица государства на мероприятиях повышают доверие к центру, привлекают внимание новостей

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ BRAND PROMISES И RTB

Возможность прикоснуться к большому бизнесу: мы знаем как обеспечить надежную опору и комфортную инфраструктуру для наших резидентов

Опыт, выстроенные процессы, человеческий ресурс: команда поддерживает стабильную работу и готова к изменениям

Развитая инфраструктура для бизнеса и отдыха: из города можно не выходить и вести успешную, насыщенную и при этом удобную жизнь

Мы идем в ногу со временем, но остаемся собой: ЦМТ соединяет в себе опыт прошлых поколений и возможности для роста будущих

Безукоризненная репутация и масштаб: нам доверяют лучшие: ключевые резиденты с нами более 20 лет, свои мероприятия нам доверяют первые лица и главные бизнес-события страны

КЛЮЧЕВЫЕ USP

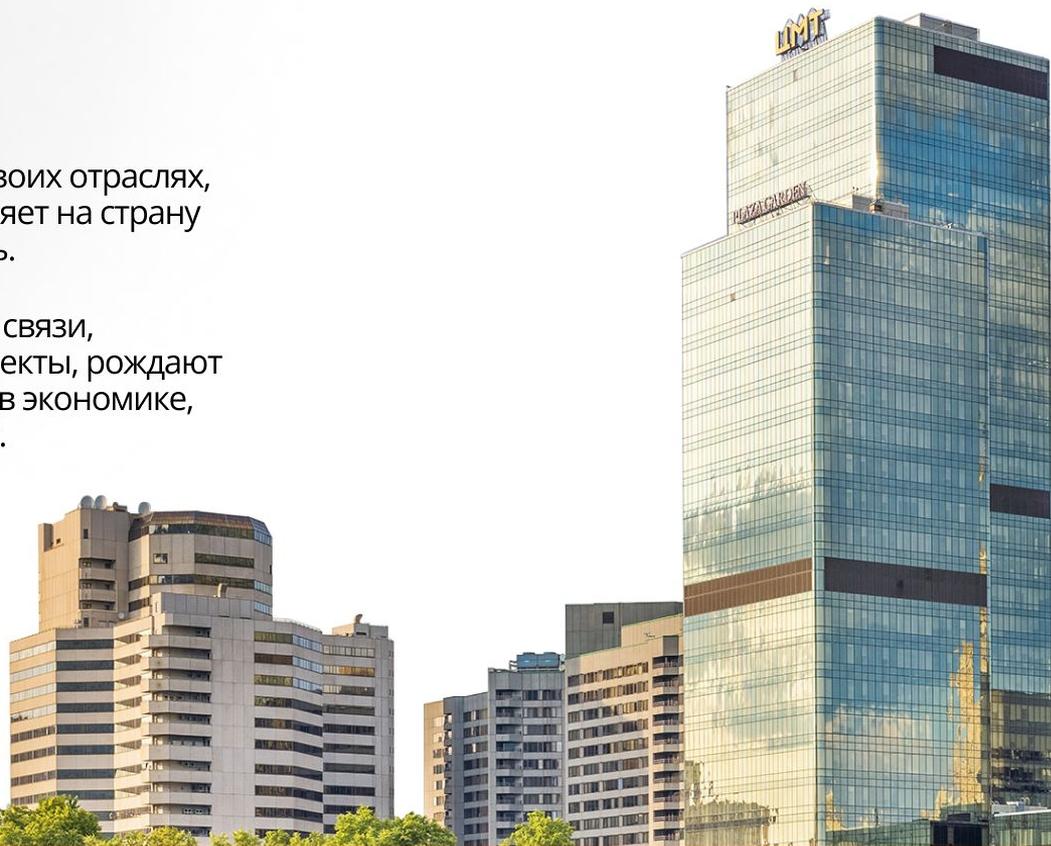
ЦМТ

Место силы: людей, проектов, идей

ЦМТ Москвы — точка притяжения лучших в своих отраслях, место их силы. Город, население которого влияет на страну и мир. Город, жителем которого мечтают стать.

В нашем городе строят крепкие и устойчивые связи, возводят федеральные и международные проекты, рождают таланты, закладывают фундамент изменений в экономике, IT, технологиях, медицине и в других областях.

Каждый квартал и улица нашего города — хаб лидеров своей отрасли. Мы и работаем, и отдыхаем — вместе.



КЛЮЧЕВЫЕ USP

Как отдельные бизнесы влияют на формирование общего образа ЦМТ в digital

ОФИСЫ

Компании арендаторы
Офисные сотрудники

Город, в котором строится сильный бизнес.
Офисы, которые дают опору для бизнеса и команд любого масштаба:

- гибкая площадь и планировка
- отточенная безопасность
- удобное расположение
- сервис с вниманием к деталям от клининга до администрирования
- инфраструктура отдыха

Внимательно подходим к отбору резидентов, чтобы построить для вас сильное окружение с безупречной репутацией.

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Компании арендаторы:
малый и средний бизнес

Коммерческая недвижимость на главной торговой улице города ЦМТ: построим дом для вашего бизнеса и поможем привлечь гостей.

Жители нашего города ценят развитую инфраструктуру и для деловой жизни, и для повседневной жизни, отдыха. И готовы в неё вкладывать.

КЛЮЧЕВЫЕ USP

КОНГРЕСС-ЦЕНТР

Организаторы мероприятий
внутри компаний

Event-агентства, посетители
мероприятий

**От профессионалов мероприятий
для профессионалов любых сфер**

Надежный партнер для организации и проведения деловых и культурно-развлекательных мероприятий, первая в России конгрессная площадка мирового уровня, сертифицированная по стандартам Международной Ассоциации Конгрессов (AIPC).

РЕСТОРАНЫ

Офисные сотрудники, посетители мероприятий

Резиденты-арендаторы офисов
и коммерческой площади

Жители близлежащих районов, гости города

**Food-площадь, на которой расположилось
8 разных ресторанных концепций.**

Завтрак в тишине перед насыщенным рабочим днем, ланч с коллегами, ужин с будущими партнерами, семейный банкет:
**Food-площадь ЦМТ — решение, которое
всегда по пути.**

КЛЮЧЕВЫЕ USP

ГОСТИНИЦЫ И АПАРТАМЕНТЫ

Участники мероприятий конгресс-центра
Бизнесмены, топ-менеджмент в командировке
Туристы из регионов

Территория для тех, кто заботится о будущем, ценит комфорт в настоящем и строит жизнь, в которой возможны и плодотворная работа, и комфортный отдых.

4 отельных концепции, среди которых можно найти апартаменты комфорт, бизнес и премиум-класса для деловых поездок и проживания на длительный срок, в ключевой деловой локации и парковой зоне — отточенная эргономика и инфраструктура, которую легко настроить под ваш запрос.

ФИТНЕС-КЛУБ С БАССЕЙНОМ

Офисные работники
(ЦМТ и ближайшие комплексы)
Жители близлежащих районов

Камерный фитнес-клуб для тех, кто знает, что спорт – разгружает голову, а сильное тело – ключ к энергии на новые достижения.

Постройте здоровый образ жизни, выбрав

- силовые занятия: тренажерный зал, кардио зона, функциональный тренинг, боевые искусства, групповые программы
- и подход к релаксу: бассейн, банный комплекс

КЛЮЧЕВЫЕ USP

ЗУМЕРЫ

Будущие потенциальные арендаторы

Начни карьеру по-крупному

Город вашего роста — поле крупных компаний, лидеров отрасли, ключевых событий

ОФИСНЫЕ РАБОТНИКИ

Сотрудники компаний-арендаторов

Город, который качественно меняет жизнь:

и деловую, и повседневную — и дает надежную опору для этого процесса.

КЛЮЧЕВЫЕ USP

БАНКЕТЫ

Организаторы мероприятий внутри компаний

Event-агентства

Частные лица: молодожены, юбиляры

Менеджеры компаний

Банкетный комплекс, который подстроится под любой формат вашего события, благодаря:

- 8 залов в разных стилях от 10 до 850 гостей
- меню под ваш бюджет
- настраиваемым сервисным решениям: сервировка, оформление, оборудование

СВАДЬБЫ

Частные организаторы событий

Event-агентства

Частные лица: молодожены, их родственники

Территория торжества, в которой всё учтено:

- 8 залов в разных стилях от 10 до 850 гостей для камерных и масштабных событий
- меню под ваш бюджет
- сопровождение персональным менеджером и отточенный сервис
- номера для молодоженов
- видовая локация в центре Москвы

WTC Wedding входит в ТОП-лучших локаций Москвы, отмечен престижными наградами и премиями свадебной индустрии

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

ВЕКТОРА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ:

1. Комфорт и стабильность (ДЦ Москва, деловой квартал Рассвет и др)
2. Современность, динамика, активная среда, ускорение, технологичность, возможности (Москва Сити, Сколково, Дизайн-завод, Экспофорум, Хлебозавод, Суперметалл)
3. Культурная среда, интеллигентная элитарность – (Галс-Девелопмент, Романов двор, креативные кластеры)

БРЕНДИНГ

Конкуренты редко используют не просто красивый визуал, а **осмысленный визуал**. Положительные примеры – Хлебозавод 9, Суперметалл, МТС Live Hall.



KEY VISUAL

ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Три варианта фирменного блока, которые используются во всех видах дизайна и коммуникации.

Вариант 1 и 2 – основные варианты для горизонтального размещения.

Вариант 1 и 3 используется, когда нет необходимости или технические возможности ограничивают использовать вариант 2.

Фирменный блок содержит знак (графическое изображение), логотип (шрифтовое начертание имени бренда) и слоган (вариант 2).

Вариант 4 – упрощенная версия логотипа для технологий, у которых есть ограничения воспроизведения мелких деталей логотипа или когда логотип невозможно отобразить крупно (тиснение, шелкография, гравировка и т.д.). Нанесение на флешки, ежедневники и другие виды изделий у которых есть ограничения по размеру поля нанесения.

Вариант 5 – специальная версия фирменного блока, которая используется в исключительных случаях, таких как нанесение на ручки, карандаши и др. узкие формы.





ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Основная версия
для использования на белом фоне

Цветная версия логотипа
для использования на белом фоне

Версия логотипа для использования
в черном или белом цвете
на однотонном фоне

Версии логотипов в
зависимости от
задач

Скачать нужный
вариант можно [тут](#)

png – без фона + белые без фона
svg – векторные версии



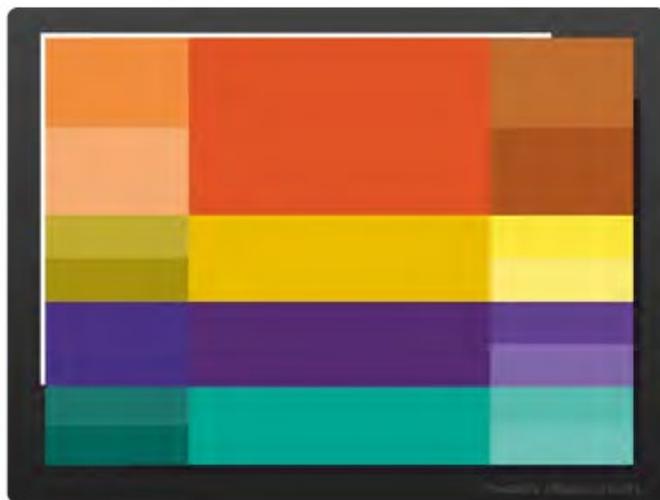
СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ, СОЗДАЕМ БУДУЩЕЕ.

СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ, СОЗДАЕМ БУДУЩЕЕ.

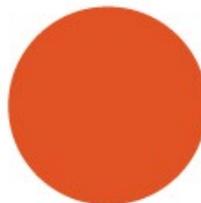
СОХРАНЯЯ ТРАДИЦИИ, СОЗДАЕМ БУДУЩЕЕ.



ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА



ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА



C:5 M:80 Y:100 K:0
R:225 G:82 B:36
#E15023



C:0 M:4 Y:5 K:78
R:95 G:95 B:95
#5F5F5F

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



C:80 M:100 Y:0 K:20
R:85 G:40 B:120
#552878

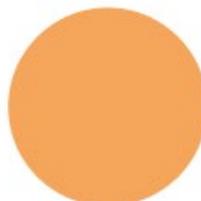


C:80 M:0 Y:50 K:5
R:0 G:165 B:145
#00A591



C:0 M:20 Y:100 K:10
R:235 G:190 B:0
#EBBE00

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА



C:0 M:43 Y:70 K:0
R:255 G:145 B:77



C:71 M:37 Y:7 K:0
R:74 G:161 B:237



C:6 M:5 Y:3 K:0
R:240 G:242 B:247



C:35 M:28 Y:28 K:0
R:166 G:184 B:184

Цвета используются только
в цветной версии логотипа

Дополнительные цвета
для фона и других элементов
дизайна

ШРИФТОВАЯ СХЕМА

Фирменный шрифт является важным элементом фирменного стиля – его систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда.

Он используется в документации, рекламной и другой фирменной продукции.

Roboto – это строгий шрифт без засечек, воспринимается человеком, как более современный, утонченный.

Ассоциации и эмоциональные реакции, которые вы можете ожидать от использования шрифта без засечек:

Честность
Современность
Доверие
Технологичность

Он был оптимизирован для печати, веб-сайтов и мобильных интерфейсов и имеет отличные характеристики читаемости в своих буквенных формах.

Hauora font – это низкоконтрастный негеометрический гротеск, определяемый минимализмом, геометрией и чистотой формы со сбалансированной шириной, большой высотой и короткими верхними и нижними элементами, что придает ему простой и чистый вид.

Шрифтовая пара Unbounded (шрифт для заголовков) и Hauora (шрифт для основного текста) используется при верстке wtcmoscow.ru

Arial – дополнительный шрифт, который применяется, когда использование основных шрифтов ограничено технически – для набора текста в приложениях Microsoft Office в деловой документации. Входит во все версии операционных систем MS Windows и Mac OS.

Roboto используется для верстки текста в полиграфии. Уникальное сочетание объектов инфраструктуры, комплексный подход, многолетний опыт и внимание к деталям, надежность, безопасность и Roboto bold для выделения фрагментов текста единое управление выгодно отличают ЦМТ от конкурентов, предлагая клиентам неповторимую атмосферу, лучшие условия для работы и отдыха, яркие впечатления и новые связи, словом, все, чтобы захотелось вернуться вновь! Hauora используется для верстки текста на сайте. Уникальное сочетание объектов инфраструктуры, комплексный подход, многолетний опыт и внимание к деталям, надежность, безопасность и единое управление выгодно отличают ЦМТ от конкурентов, предлагая клиентам неповторимую атмосферу, лучшие условия для работы и отдыха, яркие впечатления и новые связи, словом, все, чтобы захотелось вернуться вновь!

UNBOUNDED BOLD ШРИФТ ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ

Roboto

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ МОСКВА
+7 925 112 23 38 811
+7 925 998 80 05 511

Arial

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ МОСКВА
+7 925 112 23 38 811
+7 925 998 80 05 511

Roboto bold

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ МОСКВА
+7 925 112 23 38 811
+7 925 998 80 05 511

Arial bold

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ МОСКВА
+7 925 112 23 38 811
+7 925 998 80 05 511

Hauora

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ
МОСКВА
+7 925 112 23 38 811
+7 925 998 80 05 511

Hauora bold

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ
МОСКВА
+7 925 112 23 38 811
+7 925 998 80 05 511

KEY-VISUAL

DO/DON'T

DO

- Чистый визуальный стиль без лишних деталей
- Крупная типографика
- Акцент на контенте и смысле
- Чистые и яркие фирменные цвета
- Объемные акценты
- Выключка по левому краю

DON'T

- Избыточные элементы, отвлекающие от основного сообщения
- Мелкие шрифты, много текста
- Использование различных цветов в макете одновременно
- Выключка текста по центру и по правому краю



КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПРИСУТСТВИЯ

КАНАЛЫ РАБОТЫ С СЕГМЕНТАМИ ЦА

Канал	Цель	Пример подхода к сегменту целевой аудитории
Социальные сети (TG, VK)	Вовлечение аудитории в бренд ЦМТ, укрепление доверия и контакта	Арендаторы офисной недвижимости — рубрика: «Экскурсия по кварталу»: заглядываем туда, где работают лидеры, рассматриваем, как устроено их пространство, исходя из целей и ценностей бизнеса Зумеры – обзоры стартапов и проектов «молодых»: оценка идеи и стратегии экспертами ЦМТ
Сайт	Единая площадка информирования о событиях и возможностях ЦМТ – прогрев к принятию решения	Арендаторы торговой площади – посадочная страница на сайте ЦМТ с УТП, преимуществами (проходимость, окружение, аудитории), описанием форматов площади, 3d-визуализацией галереи и ключевыми кейсами, реализованными в форматах площади (магазин часов – возможности услуг и помещений – кейс магазина), форма захвата

Подробная схема подхода к каждому сегменту аудитории по каналам представлена [по ссылке](#).

КАНАЛЫ РАБОТЫ С СЕГМЕНТАМИ ЦА

Канал	Цель	Пример подхода к сегменту целевой аудитории
Таргетированная реклама	Рост узнаваемости и первичного знания бренда, аудитории сообщества – работа с холодной аудиторией	<p>Гости гостиниц – работа с широкой холодной аудиторией через промо видеокреативов и клипов с обзорами возможностей гостиниц и инфраструктуры ЦМТ.</p> <p>Ретаргет оффера на аудиторию, взаимодействующую с креативами, сегментация по интересам/ГЕО: формат галереи с номерами, ключевыми преимуществами, оффером под конкретную ситуацию потребления (командировка, посещение события, семейная поездка, долгосрочная аренда, молодожены).</p> <p>Аренда торговой площади – общие рекламные кампании на привлечение аудитории в сообщество и рост узнаваемости. Узкий запрос для холодного трафика.</p>

Подробная схема подхода к каждому сегменту аудитории по каналам представлена [по ссылке](#).

КАНАЛЫ РАБОТЫ С СЕГМЕНТАМИ ЦА

Канал	Цель	Примеры подхода
Контекстная реклама / Поисковое продвижение	Лидогенерация и рост трафика на сайт – работа с теплой аудиторией	<p>Клиенты фитнес-центра – работа с теплым трафиком в небрендовых запросах фитнес-клуба в центре Москвы. Привязка к поисковым запросам по локации и интересам, с акцентом на важных особенностях: банный комплекс, зона релакса, джакузи, хаммам, тропический душ, финские сауны с соляной стеной в раздевалках (раздельно для мужчин и женщин, групповые программы, персональные тренировки с детьми от 5-ти лет в бассейне)</p> <p>Посетители мероприятий – продвижение экспертного контента в системе РСЯ (промостатьи Яндекс) на основе контента блога ЦМТ: акцент на 1) аналитические материалы 2) новости отрасли 3) пошаговый план/прогнозы/сводка с привлечением комментария эксперта, использования личного бренда эксперта в названии материала.</p>
Лидеры мнений	Рост узнаваемости, укрепление имиджа и лояльности	<p>Посетители ресторанов – каналы экспертов и лидеров мнений отраслей, предпринимателей, подача с акцентом на инфраструктуру для работы и отдыха (ресторанный комплекс в деловом центре, ситуация потребления)</p>

КАНАЛЫ РАБОТЫ С СЕГМЕНТАМИ ЦА

Канал	Цель	Примеры подхода
Посевы в Telegram-каналах	Рост узнаваемости и укрепление имиджа	Посетители мероприятий – анонс события с акцентом в креативе на место притяжения лидеров отрасли, потенциал партнерств в тематических профессиональных сообществах
Геосервисы	Ускорение и упрощение пути клиента, быстрая доступность	Арендаторы коммерческой недвижимости – контент-наполнение карточек по спектру площадей и услуг для бизнеса (фото, стоимость). Работа с карточками резидентов для укрепления образа сильного и успешного окружения.
СМИ	Рост заметности и веса бренда, команды и резидентов ЦМТ	Компании-арендаторы, офисные работники – размещение экспертных материалов с привлечением резидентов или команды ЦМТ в отраслевых СМИ и ключевых новостных СМИ страны (политических, экономических и социальных событий)