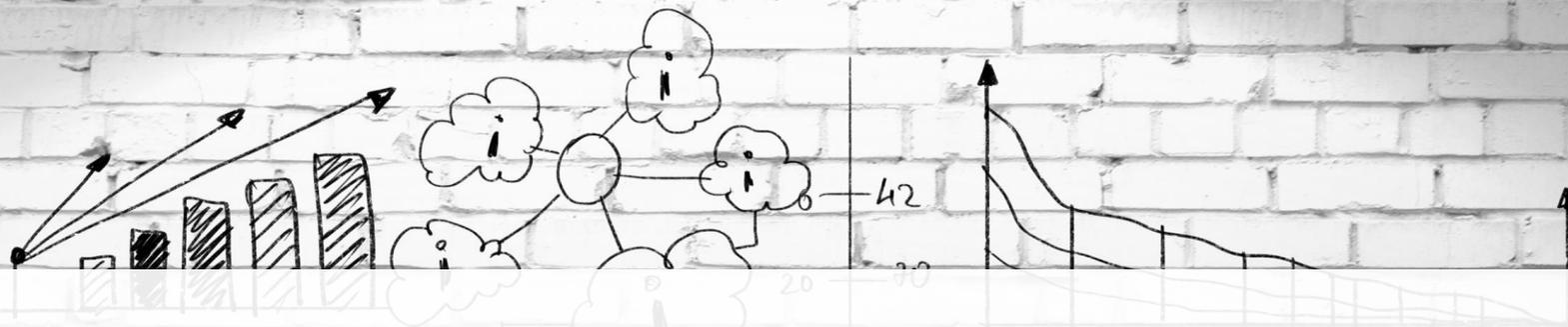
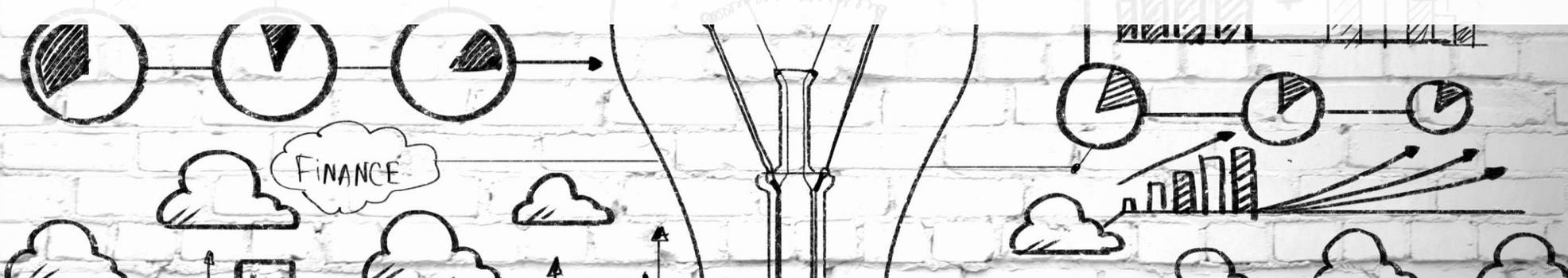




@_irrinka_



Составление коммуникационной стратегии развития бренда «Х» как первый шаг в SMM продвижении



CREATIVITY
CONCEPT DISCOVERY PLAN
TECHNOLOGY CHALLENGE SUCCESS
ANALYSIS
INSPIRATION
DECISION
STRATEGIC
GROWTH COSTS
INDUSTRY INNOVATION
PEOPLE USE SERVICE



INSTAGRAM



@_irrinka_



SMM: INSTAGRAM

Оформление и ведение

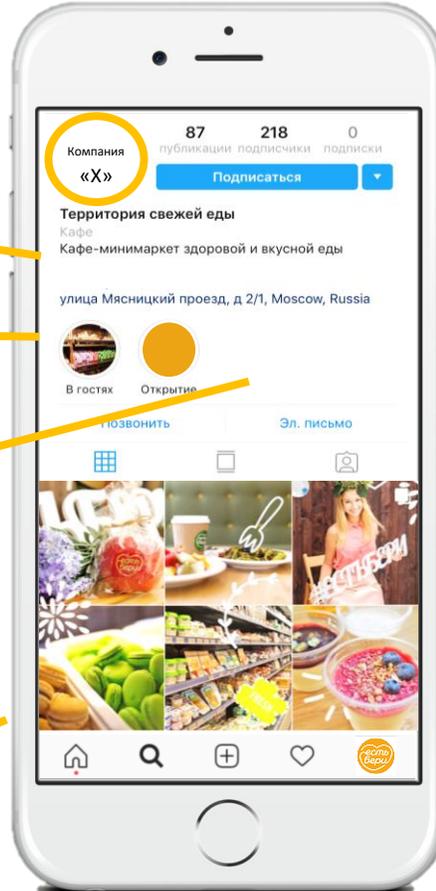
Создание продающего био
аккаунта

Создание стилизованных
хайлайтс для вечных сторис

Наполнение вечных сторис

Написание контента, создание
персонального пресета

Создание и утверждение
контент-плана публикаций



Продвижение и контроль

Продающий контент, акции,
розыгрыши, интерактивы, хештеги

Создание активности, вовлеченность
пользователей

Интеграции с блогерами и звездами

Cross-promotion

Таргетинг

Ежедневная чистка от спама, ботов

Обработка запросов, ответ на
комментарии пользователей,
поддержка подписчиков





@_irrinka_



ТОП - МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

1. Будьте щедры на **лайки** и **комментарии** – это самый простой способ привлечь новых подписчиков.
2. **Лайкайте, как можно больше**. На каждые 100 лайков, поставленных случайным фотографиям, вы получите в среднем 6 новых подписчиков.
3. Не забывайте ставить **хештеги**, которые помогут увеличить количество подписчиков: #instafollow, #14l (Like for like), #tagforlikes и #followback.
4. **Проведите конкурс**. Самый простой способ сделать это – опубликовать тематическую картинку и попросить людей поставить лайк, чтобы принять участие.
5. Начните продвигать профиль на **своих страницах в других социальных сетях**. Напишите, о чем ваш блог и почему людям стоит его читать и пригласите присоединиться.
6. **Используйте распространенные хештеги**, чтобы твои фото видели в глобальном поиске. Среди наиболее популярных #love, #instagood, #fashion и #photooftheday.
7. **Подписывайтесь на людей!!!!**
8. **Подписывайтесь на людей**, которые ставят популярные хештеги (#followme, #likeforlike), потому что многие из них подпишутся на вас в ответ.
9. **Качество контента!** Почистите свой профиль, оставьте только красивые и качественные фото.
10. **Выбирайте время для поста**. Исследования показали, что лучшего всего постить в 8-10 часов утра и 17-19 часов вечера.



@_irrinka_



ТОП - МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

11. Проверьте, заполнили вы **раздел с биографией**. Дополните ее подходящими словами и хештегами, а также укажите ссылку на свой сайт. Но запомните: никакого спама!
12. **Задавайте вопросы подписчикам**. Это отличный способ наладить контакт с целевой аудиторией.
13. **Публикуйте по воскресеньям**. Именно в этот день люди мало выкладывают фотографии, поэтому ваш пост увидит максимальное количество людей.
14. **Будьте последовательны**. Подумайте, для кого и зачем вы делаете это. Чем четче вы ответите на эти вопросы, тем быстрее привлечете нужную аудиторию – **коммуникационная стратегия**
15. **Призывайте людей к действию**. Например, попросите их написать в комментариях свое мнение о вашей фотографии.
16. **Не бойтесь часто постить**. Может показаться, что чем чаще мелькают фото, тем безразличнее себя ведут подписчики. Но согласно статистике, между частотой размещения публикаций и активностью аудитории нет никакой взаимосвязи.
17. **Подписывайтесь на предложенных пользователей**. Зайдите в настройки и выберите «Найти и пригласить друзей», а затем «Рекомендуемые пользователи».
18. **Выставьте геолокацию**. Это будет особенно полезно, если вы ведете Instagram компании. Так у вас появится возможность привлечь новых подписчиков-соседей.
19. **Планируйте публикации с помощью программы Later**.
20. **Договоритесь с популярным блогером о рекламе вашего профиля или товара**. Так информация о вас быстрее разлетится по сети.



@_irrinka_



ТОП - МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

21. Исследования показали, что **изображения синего цвета** получают на 24% больше лайков, чем оранжевого или красного.
22. Пускай **пост** по средам **станет вашим обязательным ритуалом**. Так можно приучить читателей к рубрикам.
23. Чаще **пишите слово «комментарий» в постах**. Это стимулирует ваших подписчиков делиться своим мнением и охотнее вступать в обсуждение.
24. Выкладывайте **фото, где видно лицо**. Согласно исследованиям, такие публикации на 35% популярнее остальных.
25. **Отмечайте на фото людей**. Ваш пост увидят еще и друзья друзей.
26. Помните правило: **чем больше света, тем лучше**.
27. Если вы ведете бизнес-аккаунт, **создайте фирменный хештег**. Так пользователи смогут указывать его при покупке товара. И это в несколько раз увеличит вашу видимость в Instagram.
28. **Делитесь живыми фотографиями**. Покажите, что за красивой картинкой есть живой человек.
29. Бизнес-прием: **делитесь фотографиями подписчиков**, где они упоминают ваш бренд или товар. Этот приятный шаг показывает, что вы цените каждого клиента. Взамен они обязательно поделятся вашими фото у себя в ленте.
30. **Сделайте из себя бренд**: используйте свой никнейм не только для профиля. Блокнот, чехол или фирменная наклейка на авто обязательно привлекут внимание потенциальных подписчиков.



@_irrinka_



ТОП - МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

31. **Пригласите друзей с Facebook** подписаться на вас. Для этого в настройках профиля выберите «Найти друзей на Facebook».
32. **Делайте stories** . Много...много....много stories)
33. **Отмечайте людей, даже в сториз**, не ленитесь.
34. **Не стесняйтесь в своих постах просить ставить лайки**. Как показала практика, такие публикации получают отметок «нравится» на 89% больше.
35. **Пишите о жизненных историях**.
36. **Сделайте пост с мотивирующей или вдохновляющей цитатой**.
37. **Синхронизируйте телефонную книгу с аккаунтом**. Зайдите в настройки и выберите «Контакты» в разделе «Для подписок».
38. **Будьте активными в профилях с похожей тематикой**. Особенно, если вы ведете бизнес-профиль. Общайтесь в комментариях, задавайте вопросы и дайте о себе знать влиятельным пользователям.
39. **Сотрудничайте с другими пользователями**. Найдите аккаунты с таким же количеством подписчиков и предложите их владельцам устроить совместную акцию. Это поможет вам и вашим партнерам завоевать аудиторию и привлечь к себе внимание новых людей.
40. **Создайте уникальный хештег**, по которому сможете организовать челлендж для своих подписчиков

CREATIVITY
CONCEPT DISCOVERY PLAN
TECHNOLOGY CHALLENGE SUCCESS
ANALYSIS
INSPIRATION
DECISION
STRATEGIC
GROWTH COSTS
INDUSTRY INNOVATION
PEOPLE USE SERVICE



Коммуникационная стратегия



@_irrinka_



Компания

«Х»

СОДЕРЖАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

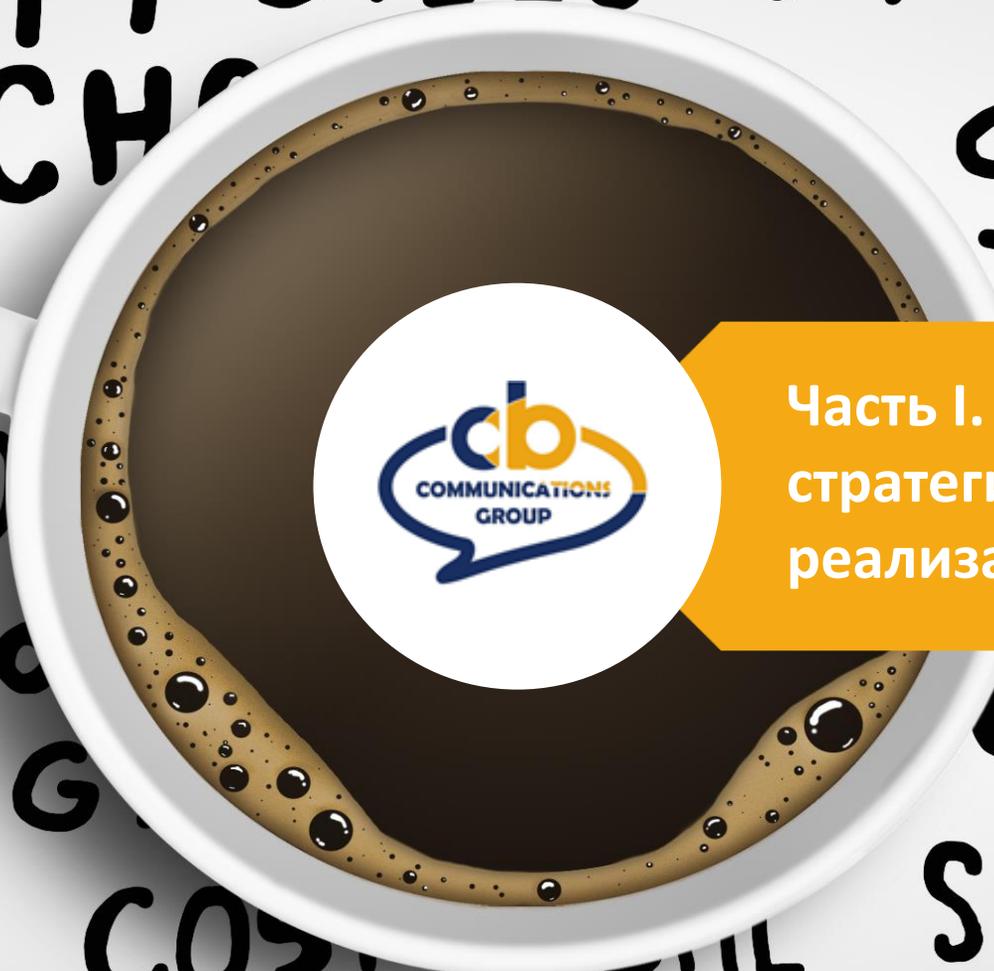
Часть I. Коммуникационная стратегия: основы и принципы реализации

- Данные предварительного анализа:
 - Анализ макросреды компании-Заказчика (PEST)
 - Анализ микросреды компании-Заказчика (SWOT)
- Основы коммуникационной стратегии:
 - Цели и задачи
 - Целевые аудитории
 - Принцип реализации стратегии

Часть II. План мероприятий по реализации стратегии. Функционал агентства и показатели эффективности

- Связи с общественностью
 - Целевые медиа
 - Инструменты коммуникаций
- SMM
- Организация мероприятий
 - Этапы и сроки выполнения работ
- Оценка эффективности, целевые показатели эффективности

CREATIVITY
CONCEPT DISCOVERY PLAN
TECHNOLOGY CHALLENGE SUCCESS
ANALYSIS
INSPIRATION
DECISION
STRATEGIC
GROWTH COSTS
INDUSTRY INNOVATION
PEOPLE USE SERVICE



Часть I. Коммуникационная стратегия: основы и принципы реализации



@_irrinka_



Компания
«Х»

АНАЛИЗ МАКРОСРЕДЫ КОМПАНИИ-ЗАКАЗЧИКА (PEST)*

P (POLITICAL)			E (ECONOMICAL)		
Факторы	Влияние	Факторы	Влияние		
+ Ужесточение мер по борьбе с коррупцией	Среднее	+ Снижение уровня безработицы	Сильное		
+ Льготная ставка налога на прибыль для крупных организаций	Среднее	+ Стабилизация покупательской способности целевой аудитории (рост на 11% в VI квартале 2018, по сравнению с этим же периодом прошлого года)	Сильное		
- Нестабильная политическая ситуация в стране	Сильное	- Обесценивание курса национальной валюты и увеличение ставки рефинансирования. Рост инфляции.	Сильное		
- Увеличение акцизов на табачные и алкогольные изделия	Сильное	- Высокая суммарная налоговая нагрузка на потребителя, с прогрессирующей возможностью ее увеличения	Сильное		
+/- Внутренний локус Российской Федерации на международной арене, что способствует все большей политической закрытости международной политики государства	Сильное	- Наличие на рынке обилия конкурирующих компаний	Сильное		
		- Продолжающийся экономический кризис	Сильное		
S (SOCIO-CULTURAL)			T (TECHNOLOGICAL)		
Факторы	Влияние	Факторы	Влияние		
+ Популяризация бренда, поддержание положительной репутации компании, как фактор доверия со стороны населения	Сильное	+ Развитие и применение конкурентных западных технологий в сфере автоматизации сервиса обслуживания клиентов	Слабое		
+ Культ здорового питания, влекущий повышение спроса на услуги, появление средств для дальнейшего развития организации	Сильное	+ Совершенствование системы хранения и транспортировки продукции	Сильное		
+ Увеличение количества фрилансеров, работающих в кафе и коворкинг-пространствах.	Среднее	+ Совершенствование системы кондиционирования помещения, для увеличения срока жизни не запечатанной продукции	Среднее		
+ Демографические изменения: увеличение рождаемости	Среднее	+ Применение высокотехнологичных аппаратов для контроля финансового оборота в компании.	Сильное		

* На примере воображаемого кафе, сектор пищевой



@_irrinka_



Компания
«Х»

АНАЛИЗ МАКРОСРЕДЫ КОМПАНИИ-ЗАКАЗЧИКА (PEST)



Вывод: Данные, полученные в результате анализа макроэкономических факторов влияющих на отрасль, в которой находится предмет анализа, а именно бренд «Х», представленные на диаграмме (рис.слева). Исходя из полученных данных и целей взаимодействия с коммуникационным агентством (или частным рг-щиком), можно сделать вывод о наличии стабильного социального сектора, и высоком уровне сомнений в экономическом секторе (что нормально для молодого развивающегося бренда выходящего на рынок). Развитие соц-медиа среды обеспечит повышение лояльности к бренду и, как следствие, стабилизацию положений дел в сфере, создание условий для успешных продаж.



@_irrinka_



Компания

«Х»

АНАЛИЗ МИКРОСРЕДЫ КОМПАНИИ-ЗАКАЗЧИКА (SWOT)

	СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (+)	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (-)	
ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Экологичность продукции. ▪ Ширина и глубина ассортимента. ▪ Настроенные контакты с поставщиками. ▪ Высококвалифицированный персонал. ▪ Эффективная структура управления. ▪ Современное торговое оборудование. ▪ Ценовая конкурентоспособность по основным группам ассортимента. ▪ Высокое качество упаковки продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Недостаток информации в СМИ о бренде «Х». ▪ Наличие слабой лояльности среди посетителей*. ▪ Маленькие торговые мощности. ▪ Уровень цен на продукцию - выше среднего. ▪ Недостаток средств на расширение сети. ▪ Недостаточный уровень рекламы. 	ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ
ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Выгодное территориальное расположение объектов «Х», доступность для авто и пешего посетителя. ▪ Повышение спроса на продукцию. ▪ Формирование высокой корпоративной культуры и фирменного имиджа. ▪ Использование активных маркетинговых мероприятий. ▪ Совершенствование программы лояльности для постоянных клиентов. ▪ Использование нематериальных методов мотивации. ▪ Инвестирование средств в развитие имеющихся мощностей. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Увеличение себестоимости продукции из-за роста цен производителей. ▪ Большое количество конкурирующих организаций в занимаемой нише. ▪ Потеря доли рынка. ▪ Потеря постоянных клиентов в результате не конкурентоспособности. ▪ Несостоятельность привлечения новых потребителей. ▪ Снижение спроса через падение покупательной способности. ▪ Кризисные явления в экономике. 	ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ
	ВОЗМОЖНОСТИ (+)	УГРОЗЫ (-)	

* Отзывы о компании взяты по ссылке: [ССЫЛКА](#)



@_irrinka_



Компания
«Х»

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ



Цели:

- Позиционирование «Х» как ответственной, надежной, развивающейся, экологичной компании.
- Повышение узнаваемости бренда у ЦА.
- Создание устойчивого информационного поля вокруг компании «Х».
- Создание позитивного образа бренда «Х».
- Пропаганда здорового образа жизни через продукты потребления.

Задачи:

- Привлечение новых посетителей.
- Взаимодействие с конечными потребителями.
- Поддержка и развитие аккаунта Instagram (в дальнейшем Facebook).
- Организация работ по продвижению аккаунта, а так же продуктов и услуг с использованием рекламных возможностей социальных медиа.
- Позиционирование компании как эксперта в сфере продажи «здоровых» продуктов.
- Формирование контент-плана.
- Ежедневная работа с медиапространством заказчика: чистка от спама, обработка запросов и комментариев пользователей, разработка и реализация креативных идей для подписчиков, отработка негатива, продвижение информационных поводов бренда, организация конкурсной активности.
- Обеспечить регулярности публикации информации в социальных сетях компании, в печатных и онлайн СМИ.
- Укрепить положительный имидж компании и проектов при помощи PR-инструментов.
- Создание и усиление пула лояльных СМИ.
- Отстройка от конкурентов.



@_irrinka_



Компания
«Х»

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ





ПРИНЦИП РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ





@_irrinka_

Компания

«Х»

ПЕРИОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ

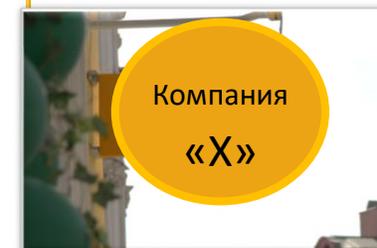
3 ГОДА

- Поддержка и развитие аккаунта Instagram
- Поддержка и развитие аккаунта Facebook
- Организация работ по продвижению аккаунтов, а так же продуктов и услуг с использованием рекламных возможностей социальных медиа.
- Позиционирование компании как уверенного лидера и эксперта в сфере продажи «здоровых» продуктов
- Модернизация системы лояльности для поддержания уровня привлекательности компании с помощью маркетинговых инструментов.
- Увеличение пула лояльных сми и постоянные интеграции с партнерскими сми



1 ГОД

- Поддержка и развитие аккаунта Instagram
- Поддержка и развитие аккаунта Facebook
- Организация работ по продвижению аккаунтов, а так же продуктов и услуг с использованием рекламных возможностей социальных медиа.
- Закрепление экспертной позиции в сфере продажи «здоровых» продуктов
- Совершенствование программы-лояльности для укрепления позиций компании среди потребителей
- Увеличение пула лояльных сми и постоянные интеграции с партнерскими сми



3 МЕСЯЦА

- Поддержка и развитие аккаунта Instagram
- Организация работ по продвижению аккаунта, а так же продуктов и услуг с использованием рекламных возможностей социальных медиа.
- Отстройка от конкурентов.
- Позиционирование компании как эксперта в сфере продажи «здоровых» продуктов
- Предложения по внедрению маркетинговых инструментов для повышения уровня лояльности посетителей
- Создание пула лояльных сми



CREATIVITY
CONCEPT DISCOVERY PLAN
TECHNOLOGY CHANGE SUCCESS
ANALYSIS
INSPIRATION
DECISION
STRATEGIC
GROWTH COSTS
INDUSTRY INNOVATION
SERVICE USE



Часть II. План мероприятий по реализации стратегии. Функции агентства и показатели эффективности



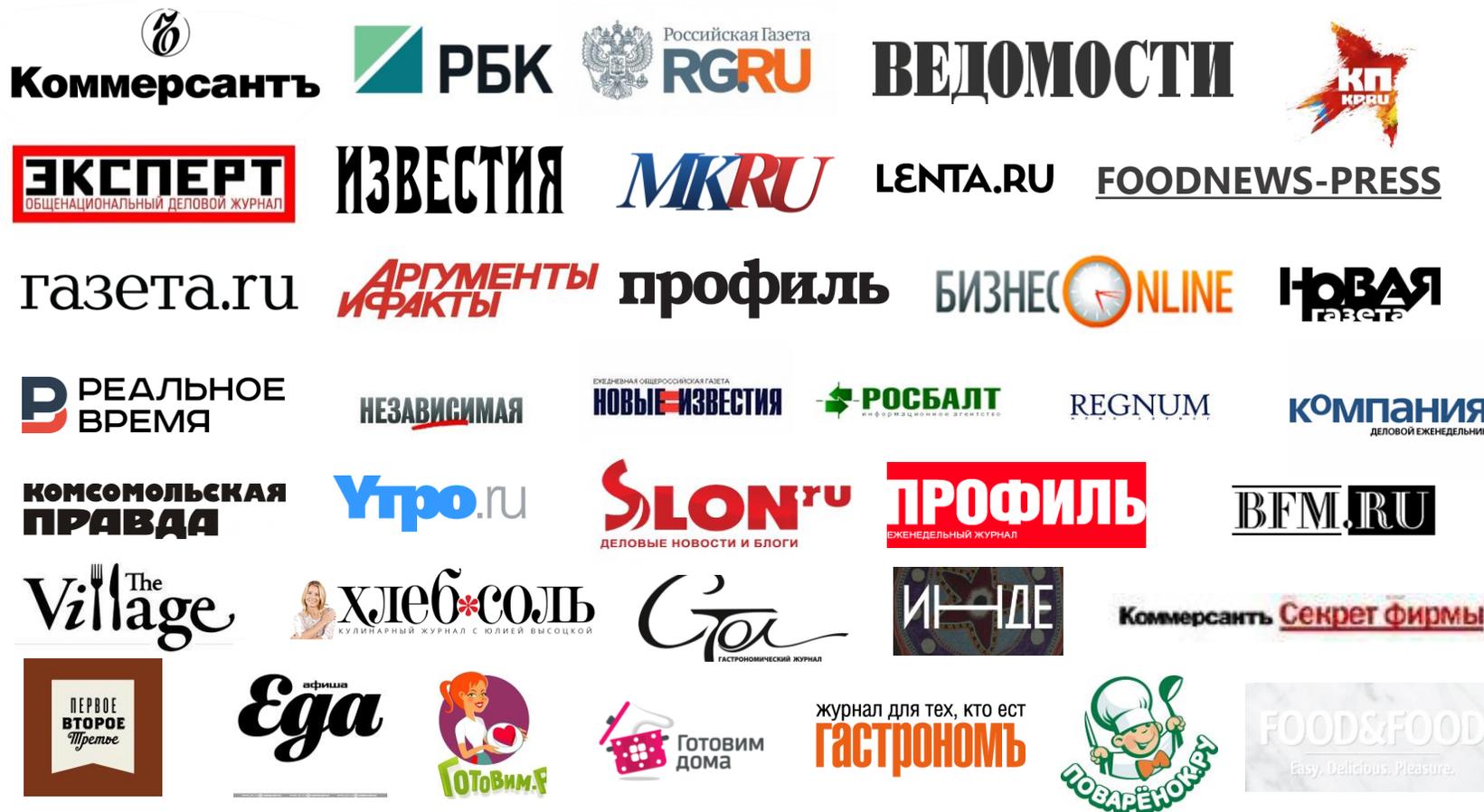
@_irrinka_

Компания

«X»

ЦЕЛЕВЫЕ МЕДИА

Подбираем пул федеральных и региональных СМИ для классического pr: ТВ, радио, деловые, новостные, общественно-политические онлайн и печатные СМИ и более 200 отраслевых медиа: пищевая промышленность, торговля и смежные рубрики. И более 2000 лидеров мнений.





@_irrinka_



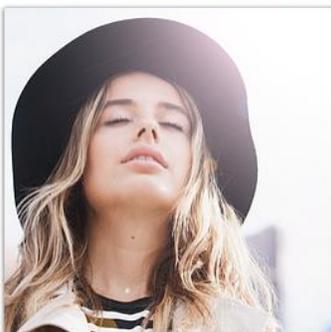
Компания

«X»

NEW:ЦЕЛЕВЫЕ МЕДИА

Подбираем insta-пул для закупки рекламы, cross-promotion, любых видов интеграций.

В него должны входить страницы по основной теме блога, и смежные отрасли со схожей ЦА.





@_irrinka_



Компания

«Х»

ПРИМЕРЫ PR-КОНТЕНТА

Кейсы:

- Например: Составляем сбалансированное меню на неделю, из продуктов, купленных в магазинах сети «Х».

Агрегаторы:

- Например: Шашлык с мясом и без, или ТОП идей для вегетарианцев на пикнике.

Готовое решение:

- Например: 3 способа перекусить на бегу без вреда для здоровья с помощью этих продуктов из магазина «Х» + мнение специалистов (блогер).

Тест:

- Например: Пройди тест «Какой магазин подходит тебе по стилю жизни».

Исповедь :

- Например: Как я с помощью продуктов из «Х» скинула 3 килограмма не прикладывая усилий.

Инструкции:

- Например: Что скрывает 100 гр. твоего любимого продукта, разбор от «Х».





@_irrinka_



Компания
«Х»

ЭТАПЫ И СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

I Администрирование проекта, подготовка материалов и разработка стратегии			
1	Разработка кросс-платформенной коммуникационной стратегии активности в СМИ и социальных медиа в соответствии с бизнес-задачами компании.	1 месяц	Корректировка через 3 мес. после старта работ и далее не реже 1 раза в год.
2	Утверждение и корректировка стратегии	1 неделя	-
II Реализация коммуникационной стратегии			
SMM			
1	Создание и утверждение контент-плана для социальных сетей	1 р./месяц	Instagram, не менее 60 постов
2	Оформление био, создание и пополнение вечных сторис, создание навигации на странице	1 р./месяц	Ежемесячная корректировка
4	Разработка и реализация не менее 2 креативных идей для подписчиков в месяц	2 р./ месяц	Не менее 3 информационных партнеров
5	SFS и Cross-promotion	2 р./ месяц	Подбор релевантных партнерских сетей и блогеров
6	Организация конкурсной активности	1 р./ месяц	Бюджет обговаривается с клиентом на момент утверждения контент-плана
7	Мониторинг, составление отчета	1 р./месяц	Отчет в электронном виде
PR			
1	Формирование пула лояльных СМИ, интеграции, размещение статей, новостных поводов, интервью, обзоров.	2 р./ месяц	Не менее 2-3 публикаций в месяц
III Технические аспекты и контроль			
1	Нанесение локации клиента на навигационные карты	-	Google и Яндекс
2	Отработка негатива	2 р./ неделя	Контроль за отзывами о работе магазина, решение спорных ситуаций.



@_irrinka_

Компания

«X»

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

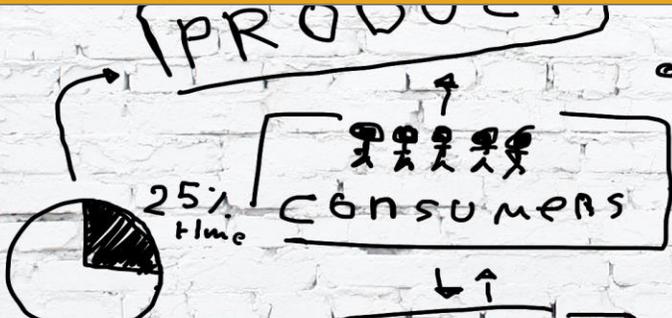
Работы / услуги	Показатель эффективности
SMM	
– по количеству публикаций	Не менее 60 различных по типу публикаций , с разнообразными видами вовлечения в социальных медиа клиента.
– ER (engagement range – уровень вовлеченности)	не менее 0,3% (формула включает данные по объему откликов (фидбека), объему контента и количеству подписчиков) по каждому аккаунту или странице, ежемесячный прирост объема фидбека пользователей.





Благодарю за внимание

- A. 640.320.00
 - B. 144.000.00
 - C. 286.000.00
 - D. 255.500.00
 - E. 540.000.00
- RIGHT NOW DOWN



CONTACT ME:

ИРИНА КОРМИЛЬЦЕВА
Instagram: @_irrinka_

