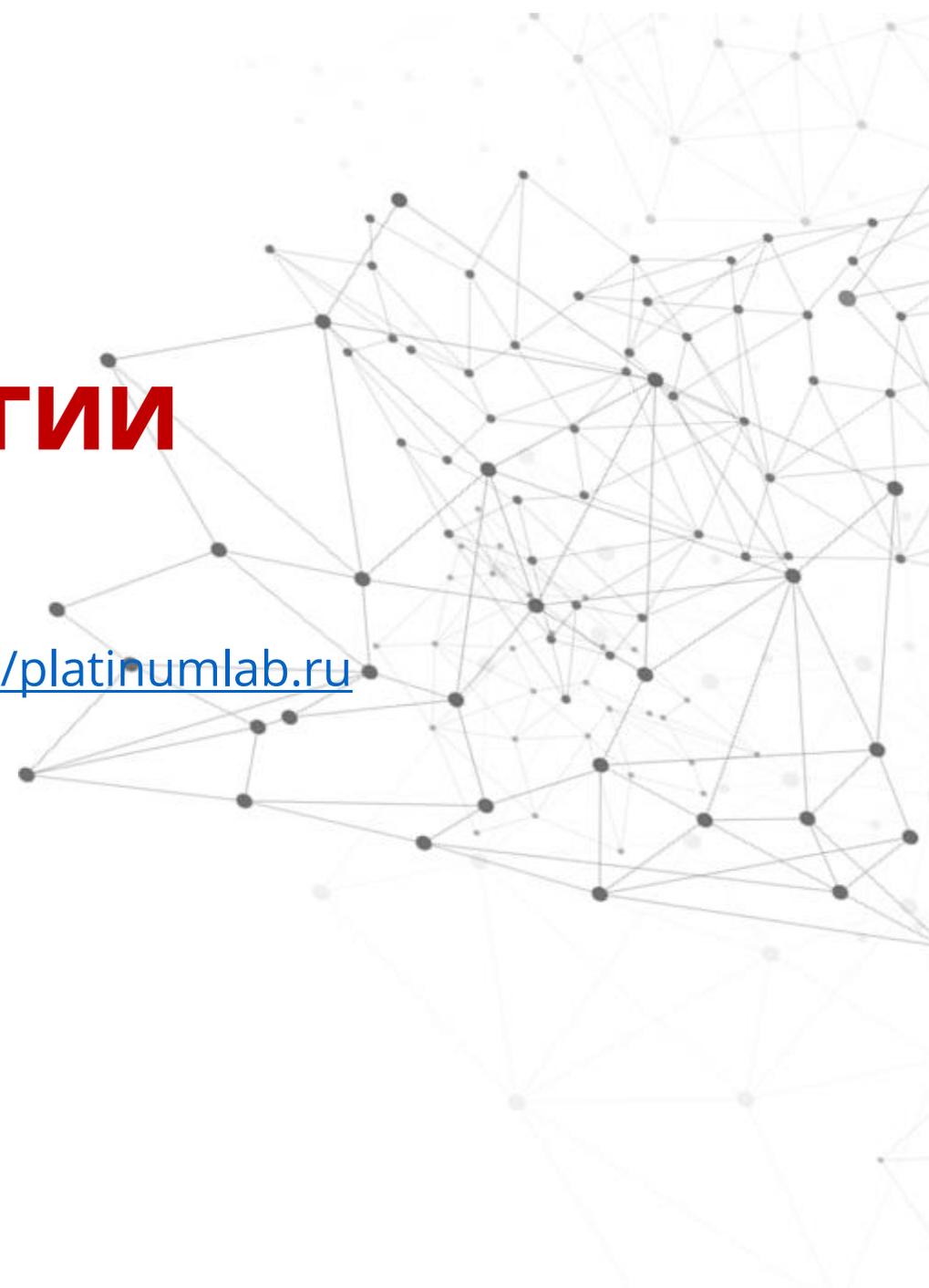


РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРИСУТСТВИЯ

Для профиля: <https://www.instagram.com/platinumlaboratory>

Дата отчета: 9 марта 2021 г.

Искандарова Софья



СОДЕРЖАНИЕ:

1. Вводная информация
2. Описание проекта
3. Целевая аудитория
4. Работа с платформой
5. Позиционирование
6. Пошаговая стратегия продвижения проекта

1. Вводная информация

Заявка № ***

2. Описание проекта

Исходные данные о предприятии, распределенные по самым важным критериям.

Название проекта: Платиновая лаборатория PLATINUM LAB

Описание проекта: компания на рынке с 2007 года. Создаёт украшения ручной работы из платины. Каждое украшение создаётся мастером вручную и является уникальным. Есть 2 шоу-рума - в Москве и в Санкт-Петербурге + возможность заказать индивидуальное украшение онлайн. При заказе онлайн доставка осуществляется бесплатно, ответственность за сохранность украшения в дороге компания полностью берёт на себя. Клиенту не нужно вносить предоплату - происходит при получении украшения. Есть премиум-клиенты (заказы от 1 млн рублей). Для таких клиентов гарантируется полная приватность и особый подход (например, возможность изготовить украшение в короткие сроки). Есть возможность выбрать украшение из каталога или изготовить на заказ (даже по собственному эскизу).

УТП: изготовление уникальных ювелирных украшений из платины ручной работы.

Конкурентные преимущества: платина 950 пробы, ручная работа, скорость изготовления, клиентоориентированный сервис.

Ценовой сегмент: в сравнении с ближайшими конкурентами @xx и @xx компания устанавливает лояльные цены

Система лояльности: при покупке кольца для помолвки компания предоставляет скидку 10 % на пару обручальных колец. Также есть скидки на определённые позиции (эту информацию необходимо уточнять у менеджеров). Общая политика компании в плане скидок: украшения в скидках не нуждаются, потому что цена абсолютно оправдана и не завышена.

Проблема, которую решает проект: преподнести уникальный и ценный подарок, который станет для владельца не только приятным сюрпризом, но и статусным аксессуаром.

3. Целевая аудитория

Целевая аудитория – это те люди, чьи потребности удовлетворяет ваш продукт. Как правило, люди в целевой аудитории объединены общими признаками, целями или задачами. В этом разделе анализируем вашу целевую аудиторию. Портреты целевой аудитории, можно сформировать на основе статистических данных вашего сайта или аккаунта в социальной сети.

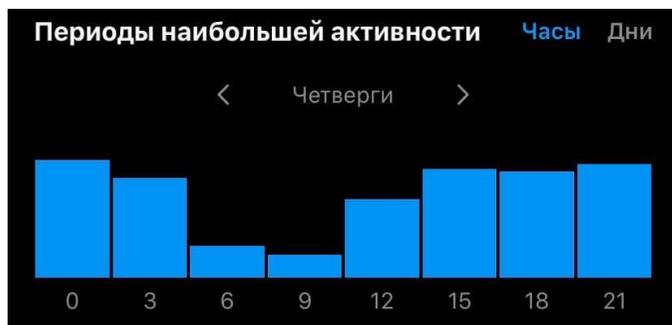
Статистика аккаунта / метрики:



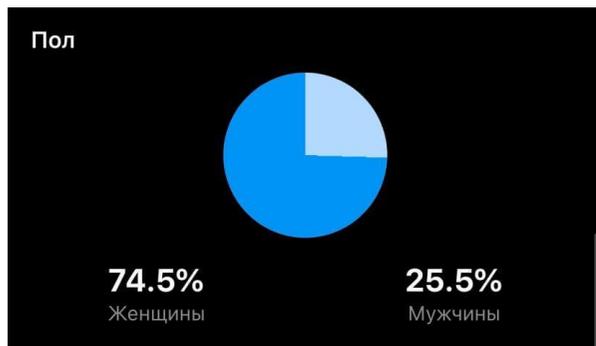
- в этом разделе можем увидеть, какая геолокация у нашей основной аудитории. Эта информация может нам очень помочь при настройке таргетированной рекламы. Как видим, преобладает аудитория из Москвы и Санкт-Петербурга.



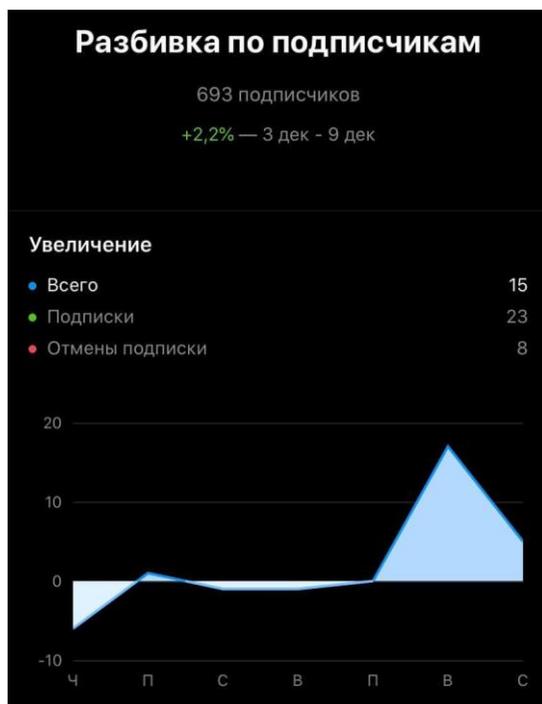
- возраст также является очень важной информацией при понимании нашей целевой аудитории и может помочь сохранить бюджет при настраивании таргетированной рекламы. Мы видим возраст тех, кому нравится наш контент и при настройке рекламы будем ориентироваться именно на эти данные. Наши основные группы: от 35 до 44 лет и от 45 до 54 лет.



- эта информация поможет нам при составлении контент-плана профиля. Благодаря ей мы понимаем в какое время наша аудитория наиболее активна в Инстаграм, а значит именно в это время нам необходимо делать публикации. Активность в профиле приходится на вечернее время, с 18 до 00 часов по мск.



- в вашей аудитории преобладают женщины. Это ни на что не влияет, при настройке рекламы и формировании контента в любом случае ориентируемся на оба пола.



- в этом разделе видим, что на этой неделе был скачок активности подписчиков, так как вы начали запуск таргетированной рекламы. Люди подписываются, им интересно читать вас.

Портрет вашей нынешней аудитории на основе статистики профиля: женщина от 25 до 64 лет, проживающая в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге или Ленинградской области. Период активности в социальных сетях с 18:00 до 00:00.

Рекомендуемые портреты клиентов для проработки стратегии продаж:

Портрет №1: Семьянин

Мужчина в возрасте от 30 до 55+ лет со средним достатком. Женат, есть дети.

Цель: подарок жене

На что обратит внимание: тщательный выбор, для него это серьезная покупка. Практичный подарок для жены. У товара имеются все необходимые документы, гарантия, система лояльности.

Портрет №2: Взрослая женщина

Женщина от 40 лет, достаток выше среднего.

Цель: сделать дорогой подарок себе \ мужу \ взрослому ребенку

На что обратит внимание: индивидуальный подход и отточенный сервис, опытные мастера и компетентный персонал, статус бренда, стиль изделия.

Портрет №3: Взрослый мужчина

Женщина от 45 лет, достаток выше среднего.

Цель: сделать эффектный подарок, который оставит максимально яркое впечатление

На что обратит внимание: компетентный персонал, который сэкономит его время. Индивидуальный подход и отточенный сервис.

Готов платить за качество.

Для дополнительного ознакомления с темой «Целевая аудитория», предлагаю вам изучить нашу [статью](#).

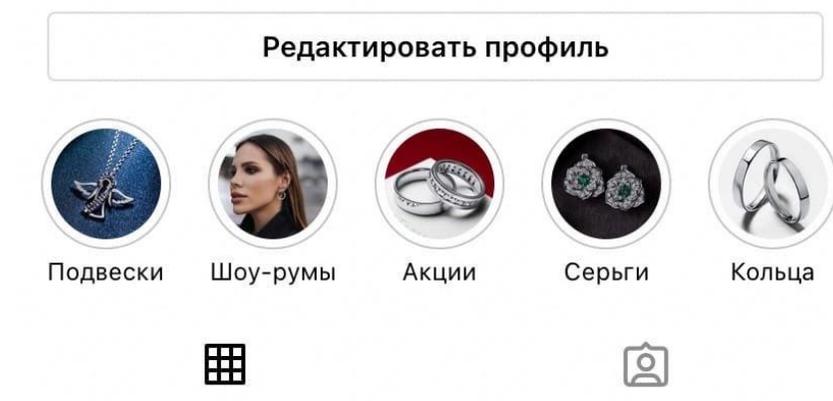
4. Работа с платформой

Разные социальные сети требуют разного подхода к продвижению, оформлению сообщества, взаимодействию с аудиторией. В этом разделе разбираем выбранную вами платформу для продвижения.

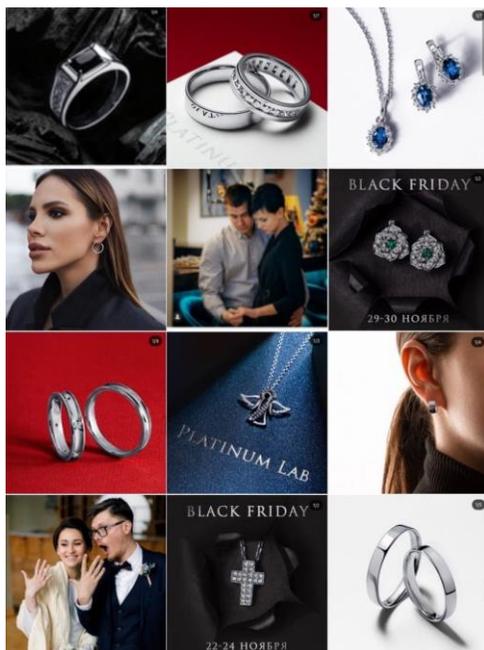
Вы планируете сделать в продвижении ставку на Инстаграм. Давайте разберем, в чем конкретно будет заключаться специфика вашей работы с этой платформой.

Визуальное наполнение:

- Актуальное: этот раздел выполняет функцию навигации. Он первый попадает на глаза вашему клиенту и самое важное оформить его грамотно. Оформление актуальных должно дополнять и подчеркивать основной стиль профиля. Формируйте разделы так, чтобы у ваших потенциальных клиентов не оставалось вопросов о том, как работает ваша компания. Например:



- Лента: если «Актуальное» это первое впечатление о вас, то лента это ваше лицо. Проработайте визуал в цветах, которые подчеркнут строгость и элегантность вашей компании. Не делайте ленту пестрой, она не должна кричать. Лучше всего разбавить строгую ленту яркими акцентами, которые подчеркнут статус. Например:



Более подробно механики оформления бизнес-профиля описаны в нашей [статье](#).

Жанры публикаций:

Этот раздел прямо указывает нам на необходимость создания контент-плана, который будет нацелен на продажи, позиционирование и детальный рассказ о вашей компании. Рекомендую вам добавить в контент-план следующие материалы:

- Промо-посты: посты о товаре, его преимуществах, стоимости. Не ограничиваемся сухим описанием, добавляем художественные, даже немного поэтичные формулировки, эпитеты.
- Информационные посты: пост с полезной информацией, трендами, подборками, советами. Пример, как узнать размер кольца. Назначение - разбавить продающий контент полезной информацией.
- Lifestyle: Покажите ваш товар в повседневной жизни, расскажите об отзывах, которые оставляют ваши клиенты. Аудитории важно показать, что вы не просто продаете, но еще и сопровождаете людей после покупки.
- Эмоциональное давление: привязка бренда к эмоциям. Мы продаём не просто украшения - мы продаем ощущения! Счастье, статусность, наслаждение. В таких постах доносим именно эту мысль. В постах может использоваться уклон на психологию.

Для подробного знакомства с механикой формирования контент-плана предлагаю вам ознакомиться [со статьей](#) нашего специалиста.

Механики продвижения:

- Таргетированная реклама

Платная механика продвижения, необходимая для того, чтобы донести свое торговое предложение для потенциальных клиентов. Вам необходимо выделить основные сегменты аудитории, подготовить для него рекламный баннер и текст, которые по содержанию будут давить на боли или потенциальные желания именно этого портрета (примерные портреты клиентов описала выше);

- Работа с блогерами

Лидеры мнений — это те люди, которые являются авторитетами для той или иной группы пользователей. Ваша задача не просто заплатить блогерам, а найти именно тех, чья аудитория будет вашей потенциальной. Например, юная девушка, которая занимается фитнесом, ведет финансово-раскрепощенный образ жизни, увлекается модой и стилем и имеет свои курсы по повышению личной эффективности или занимается коучингом. Кто ее подписчики? Скорее всего ее подписчики, это мало уверенные в себе люди, которым достаточно легко навязать свою точку зрения. Они любят смотреть на жизнь блогера в стиле Luxury и хотят максимально к ней приблизиться. Плюс не забываем, что наш пример занимается коучингом и личной эффективностью, соответственно она даёт советы, которые внимательно слушает аудитория. Этот кейс можно раскручивать и дальше, главное понять, что ваш блогер вам подходит.

- Акции и розыгрыши

На привлечение аудитории очень хорошо работают подарки, призы и т.д. Ваша задача не просто подарить что-то, а постоять розыгрыш так, чтобы охватить как можно больше людей. Например: сделай репост, отметь друзей, расскажи о нас в своем профиле. Все эти механики предназначены для получения вирального охвата, а значит и привлечения нового трафика.

- Контент

Мало привлечь аудиторию в профиль, ее обязательно нужно удержать, заинтересовать и вовлечь. Тут в дело должна включиться ваша смекалка. Продумайте продающий контент-план, который будет вызывать отклик аудитории и вовлекать ее в жизнь вашей компании, заставляя следить за новостями и тд. Но не делайте это навязчиво, вы должны быть интересными, а не надоедливыми.

Предлагаю вам ознакомиться с несколькими статьями, которые позволят вам детальнее изучить механики продвижения в социальных сетях:

- [Хожение по краю: 8 спорных методов продвижения в Инстаграме](#)
- [Розыгрыш в Инстаграме: как выжать из него максимум, а не просто раздать подарки](#)
- [Как раскрутить Инстаграм: хитрости, о которых не все знают](#)

Взаимодействие с аудиторией:

Это та механика, от работы с которой зависит, будут у вас заказы или нет.

- Время ответа

Старайтесь отвечать клиенту как можно скорее. Если человек написал вам сейчас, то ответ он будет ждать тоже сейчас. На рынке очень много конкурентов, которые обработают заявку раньше и заберут у вас потенциального покупателя. Не заставляйте человека ждать несколько дней или даже часов. Если вы будете давать ответ в течение одного часа, это значительно улучшит ваш сервис и приведет больше клиентов.

- Обращение к человеку и содержание ответа

Если клиент задал вам вопрос, то он хочет получить на него максимально развернутый ответ, логично? Давайте разберем конкретную ситуацию: Вам написал клиент «Добрый день, меня интересуют женские помолвочные кольца 17 размера. Подскажите, есть ли в наличии этот размер? Если изготовление будет по собственному эскизу, сколько это займет времени?»

Что мы видим в этом вопросе? Горячий клиент, который очень трепетно подходит к выбору кольца, для очень важного решения в своей жизни, пришел к нам и хочет сотрудничать. Мы, конечно, можем просто и бездушно ответить на его вопросы в духе «Добрый день, в наличии данные кольца есть. Время выполнения заказа 5 дней», но в этом случае клиент даже не поймет, где наш сервис и клиентское обслуживание, которые мы так хвалим. Ответы на вопросы клиентов должны строиться следующим образом:

- Приветствие (называйте человека по имени, если оно отражено в профиле)
- Развернутый ответ на вопрос (сориентируйте клиента по всем аспектам и вытекающим вопросам)
- Преимущество сотрудничества (Уникальное предложение под конкретный запрос клиента)
- Завершение (тут вы не завершаете разговор, а задаете вопрос, на который клиент будет обязан ответить)

Пример:

«Добрый день, Дмитрий. Рады приветствовать вас в нашем аккаунте.

Да, конечно, у нас есть готовые помолвочные кольца 17 размера. Их стоимость варьируется от XXX за обычные изделия и до XXX за изделия с камнями или сложной ювелирной работой. Также наши специалисты смогут уменьшить размер готового изделия, если нужного размера не будет в наличии. Срок изготовления кольца по эскизам обычно составляет до 5 дней, но для особых случаев мы готовы поторопиться.

Кстати, при покупке помолвочного кольца у нас действует скидка на обручальные кольца – 10%.

Подскажите, у вас есть примеры колец по дизайну? Я могу прямо сейчас подобрать похожие из нашего ассортимента и отправить вам».

С тонкостями общения с клиентами вы можете познакомиться [в статье](#), которую написал наш специалист из отдела продаж.

5. Позиционирование

Позиционирование — искусство формирования образа марки в воображении целевой аудитории таким образом, чтобы она как можно более выгодно отличалась от марок конкурентов, для чего используются как реальные, так и воображаемые ее характеристики.

Позиционирование: Эксклюзивное украшение ручной работы по приемлемой, для данной категории товаров, цене

Описание бренда через личные характеристики, которые вы можете использовать при оформлении контента и аккаунта: элитарный, дорогой, высокий, утонченный, элегантный.

Эмоциональные выгоды для покупателя: ощущение своего статуса, роскоши, наслаждение собой и жизнью, ощущение себя Королевой (для женщин), осознание собственной ценности.

Рациональные выгоды, на которые также стоит ориентировать клиента: эксклюзивное, уникальное украшение, которого нет больше ни у кого. Качественные материалы премиум-класса. Наличие сертификатов. Возможность доставки в идеальном состоянии. Возможность оплатить после получения. Лояльная цена для данной категории товаров.

И на этот пункт у нас есть [статья](#) нашего специалиста. Разбираемся, как позиционировать свою организацию для увеличения продаж.

6. Пошаговая стратегия продвижения проекта

В этом разделе мы предлагаем оптимальную стратегию продвижения вашего профиля с пошаговыми инструкциями.

Шаг 1: визуальная упаковка

Первым делом я советую вам заняться визуальным оформлением вашего аккаунта. В этот пункт должно войти: аватар сообщества, проработка раздела Актуальное с внутренним наполнением, дизайн ленты профиля. Вам следует начать с палитры, а именно выбрать подходящие для вашего бизнеса, цвета и шрифты. Объединить их в единую систему и на их основе разработать дизайн сообщества.

Шаг 2: контент-маркетинг

Подготовить контент-план для сообщества согласно рекомендациям, описанным выше. Определиться с частотностью выхода постов, с жанрами, которые будут наполнять ваш контент план и с визуальным сопровождением.

Шаг 3: привлечение трафика

Подготовить рекламную кампанию, определиться с аудиториями, рекламными баннерами и текстом и бюджетом, который вы готовы потратить. Также в этот этап войдет работа с блогерами, розыгрыши и акции кампании, которые вы будете размещать в своем профиле.

Мы с радостью возьмем любые работы вашему профилю на себя:

- Администрирование вашего аккаунта. С вас 6 000 рублей. С нас - Вы получите ежедневную проверку профиля, чистку от спама, ответы на комментарии подписчиков (по вашему FAQ) и размещение ваших постов без дополнительной проверки.
- Создание профиля с нуля или его доработка. С Вас – 8 800 рублей. С нас – полноценный бизнес-аккаунт со всеми необходимыми для продвижения настройками.
- Разработка раздела «Актуальное». С Вас – 9 800. С нас - полностью готовый раздел для профиля, информирующий о деятельности компании. Подготовим структуру, наполнение и стильное оформление.
- Контент-план на месяц. С Вас – 8 700 рублей. С нас – темы для 30 постов с указанием источника. Посты прописываете вы сами.

- Тест-драйв постов. С Вас – 7 900 рублей. С нас – контент-план на 10 постов, написание этих постов и подбор изображений без дополнительной обработки, размещение в профиле.
- Наполнение контентом. С вас – 12 000 рублей. С нас – контент-план на 15 постов, написание этих постов, подбор и обработка изображений, формирование плитки, размещение публикаций в профиле.
- Подготовка историй. С вас – 7 500 рублей. С нас – план на 15 историй, отрисовка уникальных банеров и размещение готовых историй в профиле.

Буду рада обсудить отчет и ответить на любые Ваши вопросы!

Звоните: 8 (800) 500-89-91

ПН-ПТ с 04:00 до 13:00 по МСК



Софья Искандарова

Специалист SMM- отдела

Сервиса **1PS.RU**



О НАШЕЙ КОМПАНИИ



Только белое SEO

Без купленных ссылок и прочих "черных" фишечек, за которые ваш сайт рано или поздно может попасть под санкции



Адекватные цены

Платите только за конкретную выполненную работу



Держим марку

Участвуем в отраслевых конференциях и семинарах. Проводим обучающие курсы и вебинары, выпускаем книги по интернет-маркетингу



Нас любят клиенты

На нашу рассылку "Продвижение сайта" подписано более 250 000 человек



Максимум удобства

Полный комплекс или отдельные работы



Конкретика

Устанавливаем точные сроки, стоимость и состав работ еще перед оплатой



Хоть тугриками

12+ способов оплаты ваших заказов



Все прозрачно

После выполнения работ отправим подробный отчет



ДИПЛОМЫ И СЕРТИФИКАТЫ



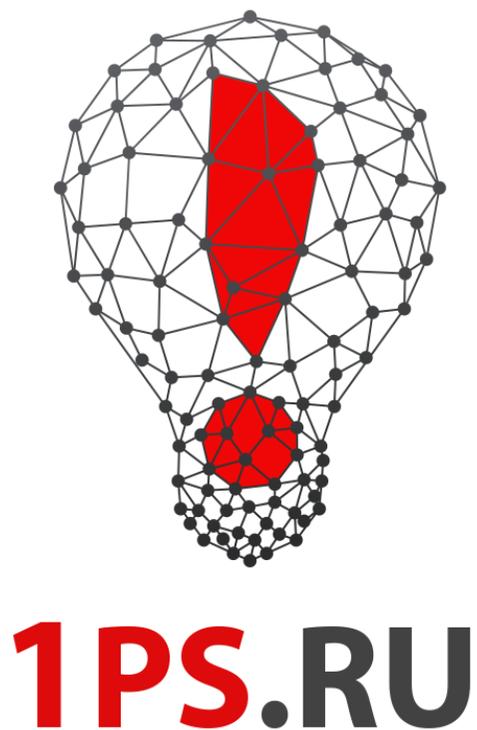
ДЕЙСТВУЮЩИЕ АКЦИИ

ПОДЕЛИТЕСЬ МНЕНИЕМ О НАС И ПОЛУЧИТЕ 500 БОНУСНЫХ РУБЛЕЙ

Если вы остались довольны качеством предоставленных нами услуг и готовы рассказать об этом другим, то у нас есть для вас интересное предложение.

[УСЛОВИЯ АКЦИИ](#)





По вопросам:

8 (800) 500-89-91 (бесплатный для регионов)

8 (499) 504-41-69 (телефон в Москве)

ПН-ПТ с 04:00 до 17:00 по МСК

admin@1ps.ru

Дружите с нами в соцсетях:



vk.com/1psru



instagram.com/service1ps



facebook.com/1psru



twitter.com/1psru

