

**Ценообразование, формирование
стратегии, подготовка проекта**

#DigitalGarden

Какие бывают статьи в бюджете

- Дизайн
- Вёрстка
- Постинг, медиапланирование, ведение
- Управление таргетированной рекламой
- Управление размещениями рекламы в сообществах
- Аналитика и подготовка стратегии
- Обеспечение процесса проведения конкурса, стоимость приза
- Отзывы и ветки обсуждений
- Креативная концепция

Другое:

- Продвижение на Ютьюб, в специфических социальных сетях (разовое)



Ценообразование

Наименование услуги, №	Описание	Стоимость, руб./мес.
1) Пакет обслуживания	<ul style="list-style-type: none">• Аналитика текущей ситуации и подготовка стратегии• Создание и дизайн сообществ - оформление, Wiki-верстка• Контентная стратегия - наполнение материалами, медиапланирование, копирайтинг• Модерирование (чистка спама, ответ на вопросы, нивелирование негатива, выкладка материалов и др.)• Управление таргетированной рекламой и размещениями в сообществе• Обмен ссылками с другими группами по мере роста и возможности обмена.• Отчет в формате PP, или другом виде по желанию заказчика, включающий: показатели просмотров, вступивших в сообщество, общий охват аудитории за месяц, анализ статистики и выводы.	25 000
2) Фолловинг ВКонтакте	<ul style="list-style-type: none">• Отправка максимального количества приглашений в друзья в сутки, модерирование аккаунта	3000
3) Фолловинг Одноклассники	<ul style="list-style-type: none">• Отправка максимального количества приглашений в друзья в сутки, модерирование аккаунта	3000
4) Фолловинг Facebook	<ul style="list-style-type: none">• Отправка максимального количества приглашений в друзья в сутки, модерирование аккаунта	3000

Ценообразование

Наименование услуги, №	Описание	Стоимость, руб./мес.
5) Реклама в пабликах/ группах «ВКонтакте»	Размещение постов в развитых сообществах (с преимущественно целевой аудиторией)	Согласно прайса
6) Реклама в пабликах/ группах «Одноклассники»	Размещение постов в развитых сообществах (с преимущественно целевой аудиторией)	Согласно прайса
7) Таргетированная реклама «ВКонтакте»	Тонко настроенная таргетированная реклама (запуск по переходам, настройка хорошей кликабельности, запуск по просмотрам (1000 показов)	6 рублей за 1000 показов
8) Таргетированная реклама «Фейсбук»	Тонко настроенная таргетированная реклама (запуск по переходам, настройка хорошей кликабельности, запуск по просмотрам (1000 показов).	8 рублей за 1000 показов
9) Таргетированная реклама «Одноклассники»	Тонко настроенная таргетированная реклама (запуск по переходам, настройка хорошей кликабельности, запуск по просмотрам (1000 показов).	8 рублей за 1000 показов
10) Реклама в аккаунтах трендсеттеров	Договоренность о размещении рекламы у трендсеттеров	Согласно прайса

Ценообразование

Наименование услуги, №	Описание	Стоимость, руб./мес.
11. Работа с репутацией	Работа по форумам и веткам обсуждений по семантическому ядру заказчика. Рекомендуемая сумма на первый месяц. Ежемесячный мониторинг и работа с нужными ветками обсуждений. 100 рублей за комментарий, 5000 за ежемесячный мониторинг	20 000
12. Продвижение видео	Видео-ролики на популярных каналах, ведение Ютьюб, Яндекс-видео. (выкладка, добавление необходимых роликов, соблюдение необходимого семантического ядра, а также 5 000 на накрутку просмотров на необходимые ролики (вывод в ТОП)	15 000

Предлагаемые пакеты и показатели

Пакет «СТАРТ» – 134 000 р.

- пункт 1: Пакет «Обслуживание» - 25 000 рублей
- пункт 2: Фолловинг "ВКонтакте" - 3000 рублей
- пункт 3: Фолловинг "Одноклассники" - 3000 рублей
- пункт 4: Фолловинг "Facebook"- 3000 рублей
- пункт 5: Реклама в пабликах/ группах ВКонтакте – 10 000 рублей
- пункт 6: Реклама в пабликах/ группах Одноклассники – 10 000 рублей
- пункт 7: Таргетированная реклама «ВКонтакте» - 10 000 рублей
- пункт 8: Таргетированная реклама «Одноклассники» - 10 000 рублей
- пункт 9: Таргетированная реклама «Фейсбук» - 10 000 рублей
- пункт 10: Реклама в аккаунтах трендсеттеров - 15 000 рублей
- пункт 11: Работа с репутацией – 20 000 рублей
- пункт 12: Продвижение видео – 15 000 рублей

Минимальное прибавление людей в сообществах

- Количество людей в сообществе «ВКонтакте»: **1500**
- Количество людей в сообществе «Одноклассники»: **1500**
- Количество людей в сообществе «Facebook»: **400**



Предлагаемые пакеты и показатели

Пакет «СБАЛАНСИРОВАННЫЙ» – 164 000 р.

- пункт 1: Пакет «Обслуживание» - 25 000 рублей
- пункт 2: Фолловинг "ВКонтакте" - 3000 рублей
- пункт 3: Фолловинг "Одноклассники" - 3000 рублей
- пункт 4: Фолловинг "Facebook"- 3000 рублей
- пункт 5: Реклама в пабликах/ группах ВКонтакте – 15 000 рублей
- пункт 6: Реклама в пабликах/ группах Одноклассники – 15 000 рублей
- пункт 7: Таргетированная реклама «ВКонтакте» - 15 000 рублей
- пункт 8: Таргетированная реклама «Одноклассники» - 15 000 рублей
- пункт 9: Таргетированная реклама «Фейсбук» - 15 000 рублей
- пункт 10: Реклама в аккаунтах трендсеттеров - 20 000 рублей
- пункт 11: Работа с репутацией – 20 000 рублей
- пункт 12: Продвижение видео – 15 000 рублей

Минимальное прибавление людей в сообществах

- Количество людей в сообществе «ВКонтакте»: **2000**
- Количество людей в сообществе «Одноклассники»: **2000**
- Количество людей в сообществе «Facebook»: **600**
-

Возможные участники процесса

Собственник

Маркетолог

Сотрудники отдела
маркетинга

Отдел по связям с
общественностью

Агентство

Фрилансер

Интернет-маркетолог

SMM – специалист

Начальник SMM-отдела

- Дизайн
- Вёрстка
- Постинг, медиапланирование, ведение
- Управление таргетированной рекламой
- Управление размещениями рекламы в сообществах
- Аналитика и подготовка стратегии
- Обеспечение процесса проведения конкурса, стоимость приза
- Отзывы и ветки обсуждений
- Креативная концепция

Другое:

- Продвижение на Ютьюб, в специфических социальных сетях

Структура проекта

1. Ситуация в настоящий момент.
Существующие группы, аккаунты, ссылки, количество людей. Краткий вывод. Явки и пароли (для себя)
2. Цели и задачи
3. Аналитика. Изучение ЦА, изучение конкурентов
4. Выбор бренд-платформы, обоснование
5. Выбор УТП

6. Выбор механик. Правила взаимодействия, правила привлечения аудитории. Воронка, обоснование эффективности
7. Рубрики. Контент-план
8. Бюджет
9. Медиаплан
10. Зоны ответственности. Где берем контент, кто за что отвечает?
11. KPI – показатели эффективности/показатели достижения целей

Анализ текущей ситуации

- Бренд-платформа в настоящее время?
- Анализ активности на площадках
- Наличие целевой аудитории в собственных сообществах
- Краткий вывод

Цели

- Увеличение количества покупок продукции (на 30%, за счет «Дня открытых дверей»)
- Расширение дилерской сети (привлечение не менее 5 дилеров за счет рекламной кампании)
- Повышение узнаваемости бренда и улучшение репутации
- Увеличение среднего чека покупки (за счет информирования о других продуктах)

Задачи

- Создание бренд-платформы
- Повышение численности сообществ на ...
- Поддержка оффлайн-коммуникаций (усиление других каналов рекламы, конвертация в подписчиков)
- Охват целевой аудитории рекламой
- Донесение до ЦА конкурентных преимуществ
- Проведение рекламной кампании

Целевая аудитория

Занятие 2

- Составляем портрет своей целевой аудитории
- Ищем площадки с похожей аудиторией
- Делаем выборку



Ищем площадки с ЦА

Инструменты:

- 1) Рекламные кабинеты социальных сетей
- 2) Внутренние поисковики социальных сетей
- 3) Поисковые системы (Google, Яндекс)
- 4) Системы мониторинга (IQBuzz, Vabkee)



Конкуренты и лидеры

Занятие 2, занятие 10

- Находим конкурентов в регионе
- Ищем лидеров в отрасли
- Анализируем активность и применяемые механики

Выбор бренд-платформы

Занятие 2,3,4,5,6

Выбираем социальные сети и форматы продвижения (страница, группа, аккаунт)

Фанатская, или брендированная, или





Выбор УТП

Выделяем
«горящее»
предложение,
товары
«ЛОКОМОТИВЫ».
Делаем
«продающий»
ПОСТ

ZEBRA FITNESS объявляет ОТКРЫТЫЕ ДНИ:
все услуги Вы сможете попробовать бесплатно!

Зарегистрируйтесь сейчас, чтобы выбрать удобное время:
<http://zebrafitness34.ru/open-day/>

#ZEBRA #ZEBRAFITNESS #Volgograd



🔗 Ссылка zebrafitness34.ru

25 авг в 22:17

Мне нравится

Выбираем основные механики продвижения

Занятия 2,3,4,5,6.

Приглашения

Фолловинг

Размещение в сообществах

Таргет реклама

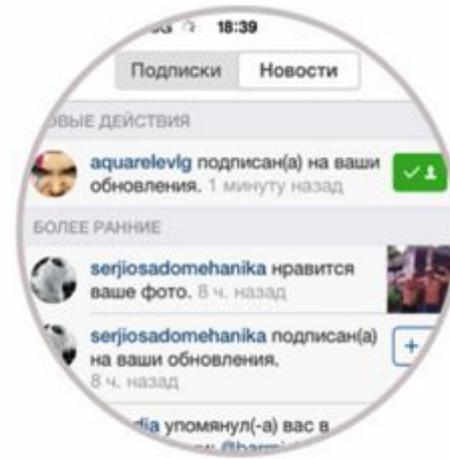
Интеграции и активации

Фотоотметки

Личные сообщения

Партнёрки

Виджеты на сайте



Человек получает приглашение в аккаунте



Правила взаимодействия. Правила привлечения

- Как общаемся?
- Куда ведём трафик? Как закрываем клиента?

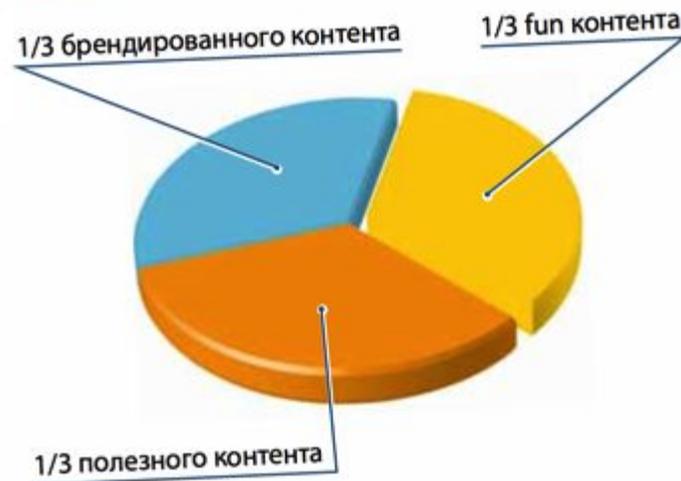
Имя и Фамилия*	<input type="text"/>
Номер телефона*	<input type="text"/>
Количество участников*	<input type="text" value="указать количество"/>
Возраст	<input type="text"/>
Электронная почта	<input type="text"/>
Откуда узнали о проекте	<input type="text" value="этот сайт"/>
Комментарии	<input type="text"/>

Контентная стратегия

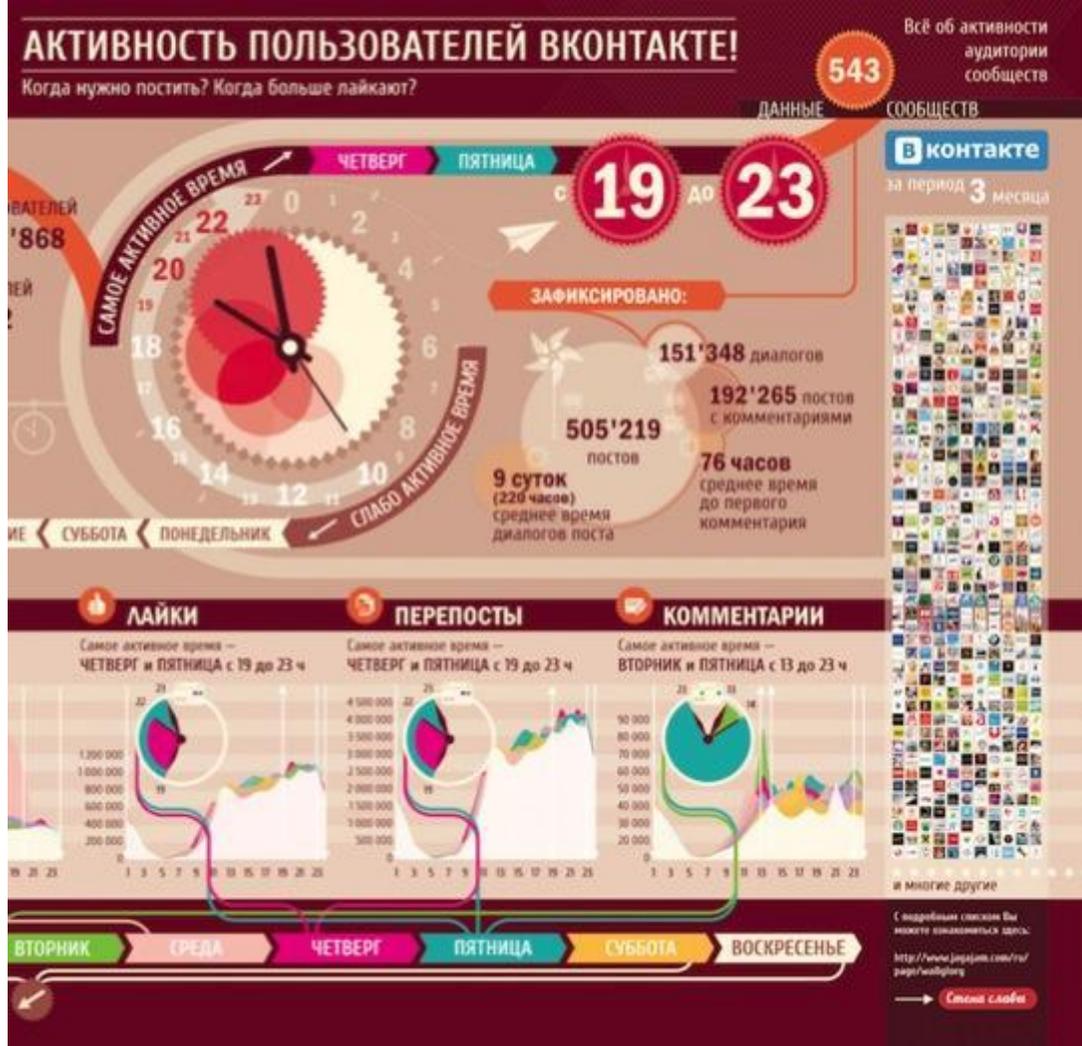
Занятие 8

- Контент для повышения лояльности
- Продажи (постоянные, разовые)
- Мероприятия, инфоповоды
- Активации аудитории
- Контент для SEO оптимизации

РЕЦЕПТ КОНТЕНТА ДЛЯ БРЕНД-СООБЩЕСТВА:



- Основные темы публикаций;
- Частота публикации;
- Стилистика публикаций;
- Время публикаций



- Экспертный контент
- Из жизни компании
- Фановый контент
- Новости
- Продажа услуг, брендированный контент



SPLAT – официальное сообщество

Рубрика "Прямая речь" сегодня о вдохновении и взаимной поддержке.

Сегодня подумал, что было бы здорово давать возможность не только всей команде получать по понедельникам письма от наших замечательных покупателей, но и каждому, кому интересно, что нам пишут. И тут же мне пришло еще одно письмо, вот оно:

«Евгений, доброго дня!

[Показать полностью..](#)



23 июл в 17:07 | [Комментировать](#)

[Поделиться](#) [Мне нравится](#) 5

	Праздник дня	Товар дня	Особенные подарки	Упаковка подарков	Что подарить	Мы в соц.сетях
Пн	+	+				
Вт	+		+			
Ср	+			+		
Чт	+				+	
Пт	+	+				
Сб	+	+				
Вс	+					+

Бюджет

Распределяем бюджет, ценообразование

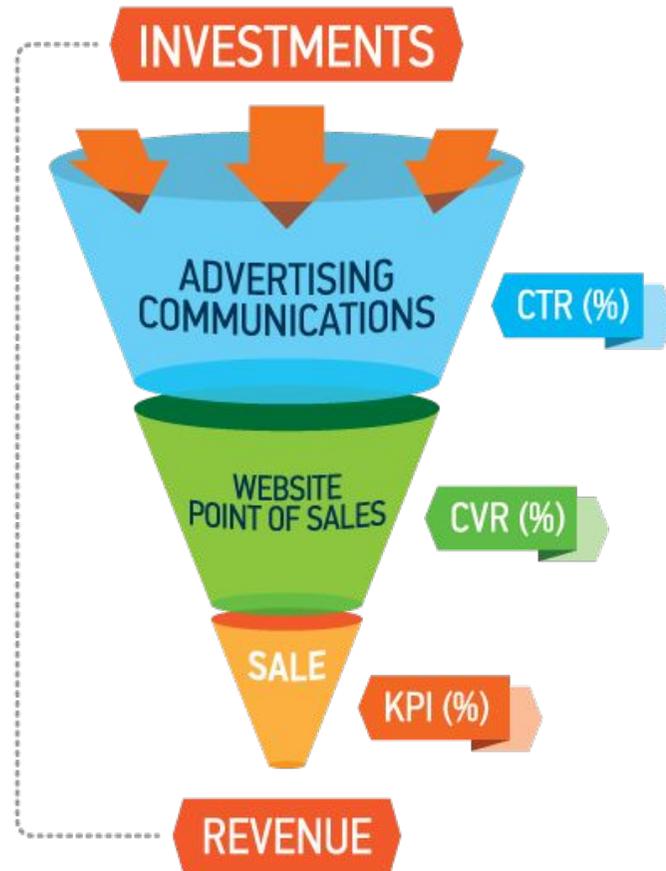
Разовые расходы

Пробный бюджет

Постоянные расходы

Защита воронки продаж

Какой канал как
конвертирует
людей в клиентов?
Инстаграм,
встреча ВК,
размещение
рекламы в
сообществах



Воронка SMM



30 000 приглашений, охват
150 000 подписчиков рекламой

1000 точно, 2000 возможно идущих на «Встречу»

100-200 регистраций на мероприятие. +300 в группу

20-50 продаж



Умножение коэффициент. Набираем до 2 баллов!

Горячее УТП – 0,6

Продающий дизайн и контент – 0,7

Конкурс – 0,3

Известность и лояльность – 0,4

Медиаплан

Распределяем
бюджет по
активностям,
привязываем
к контент
плану

Модерация информационного поля в соц. сетях.	В рамках базового пакета	6 часов работы SMM специалиста
Таргетированная реклама		
ВК Пост №1 1500 р. (375 000 показов) Пост №4 1500 р. (375 000 показов)	3 000 рублей (750 000 показов)	
ОК Пост №1 750 р. (125 000 показов) Пост №4 750 р. (125 000 показов)	1 500 рублей (250 000 показов)	
ФБ Пост №1 350 р. (58 300 показов) Пост №4 350 р. (58 300 показов)	700 рублей (116 666 показов)	
Размещение рекламы в развитых сообществах региона.**		
ВК Пост №1 1800 р. на сутки в ТЕ Пост №4 2500 р. в ЕКБ, АЕ и (Н66)	4 300 рублей	
Итого:	13 500 рублей.	

КРІ

Выставляем показатели эффективности

Продажи

Показатели

Активности

Вовлеченность



Зоны ответственности

Кто за что отвечает?

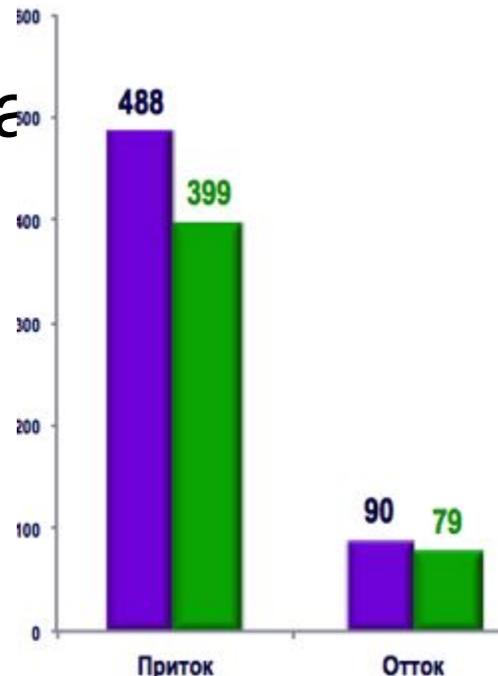
Явки-пароли

Где берём информацию?

План-график работ

Оптимизируй или умри!

- Показатели охвата аудитории (просмотревшие новости, обща численность групп)
- Поло-возрастные показатели
- География
- Отток и приток участников
- Сравнение периодов



Защита проекта

