

ICO Plasmacoin

UFOX 

ЦЕЛЬ

1. Провести маркетинговую и PR-кампанию для проведения ICO, а так же для привлечения фиатных средств других инвесторов.

PRE-ICO -...

ICO - ...

ЗАДАЧИ

- **Создать сайт и другие виртуальные атрибуты проекта, чтобы с разных сторон показать преимущества инвестирования в проект**
- **Охватит аудитории криптовалютного сообщества и широкие массы для PR эффекта**
- **Транслировать в социальных сетях «жизнь» проекта, чтобы сформировать доверие инвесторов**
- **Создать информационную «волну» проекта в СМИ, соц сетях, мессенджерах и форумах**

АНАЛИЗ РЫНКА

A blue background with a network graphic consisting of various sized circles (nodes) connected by thin lines. The nodes are arranged in a complex, interconnected pattern, with some larger nodes and some smaller ones. The lines are thin and light blue, creating a subtle grid-like structure.

Общее количество сборов ICO:

1 823 пользователей

Общее количество аудитории:

1 823 пользователей

О чем пишут: новости школы, выпускники, кастинги, фотосессии учеников, проекты, расписание

Сообщение проекта:

титурованное пространство

Хорошо:

- группы ведутся в нескольких соцсетях
- красивый и качественный контент
- демонстрация учеников и выпускников
- актуальная информация про кастинги

Можно сделать лучше:

- регулярность выпуска контента
- адаптировать контент под разные соц. сети и добавить полезного контента
- создать фирменное оформление
- больше писать о самой школе
- увеличить активность пользователей

Общее количество сборов ICO:

1 823 пользователей

Общее количество аудитории:

1 823 пользователей

О чем пишут: новости школы, выпускники, кастинги, фотосессии учеников, проекты, расписание

Сообщение проекта:

титулованное пространство

Хорошо:

- группы ведутся в нескольких соцсетях
- красивый и качественный контент
- демонстрация учеников и выпускников
- актуальная информация про кастинги

Можно сделать лучше:

- регулярность выпуска контента
- адаптировать контент под разные соц. сети и добавить полезного контента
- создать фирменное оформление
- больше писать о самой школе
- увеличить активность пользователей

Общее количество сборов ICO:

1 823 пользователей

Общее количество аудитории:

1 823 пользователей

О чем пишут: новости школы, выпускники, кастинги, фотосессии учеников, проекты, расписание

Сообщение проекта:

титулованное пространство

Хорошо:

- группы ведутся в нескольких соцсетях
- красивый и качественный контент
- демонстрация учеников и выпускников
- актуальная информация про кастинги

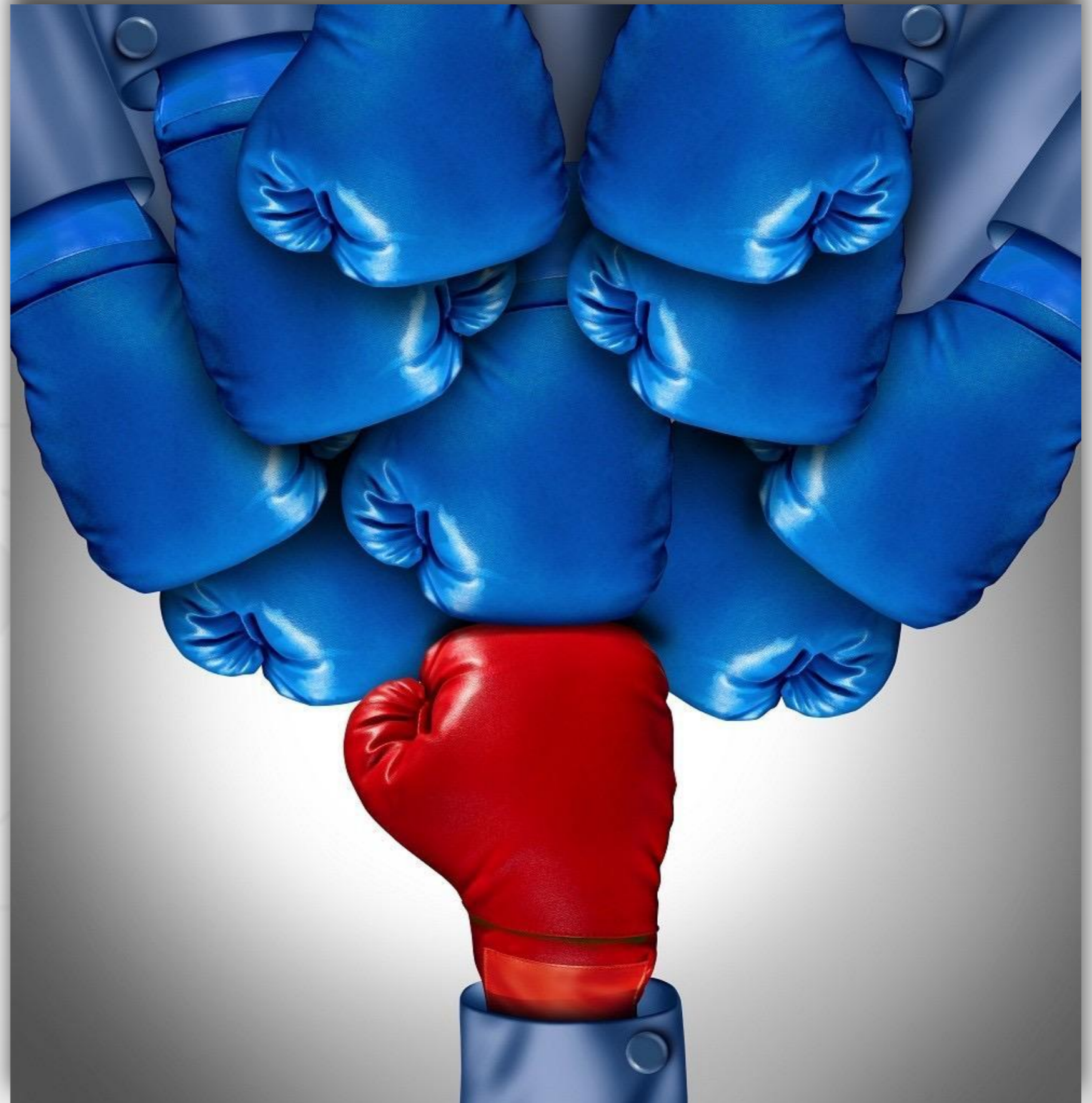
Можно сделать лучше:

- регулярность выпуска контента
- адаптировать контент под разные соц. сети и добавить полезного контента
- создать фирменное оформление
- больше писать о самой школе
- увеличить активность пользователей

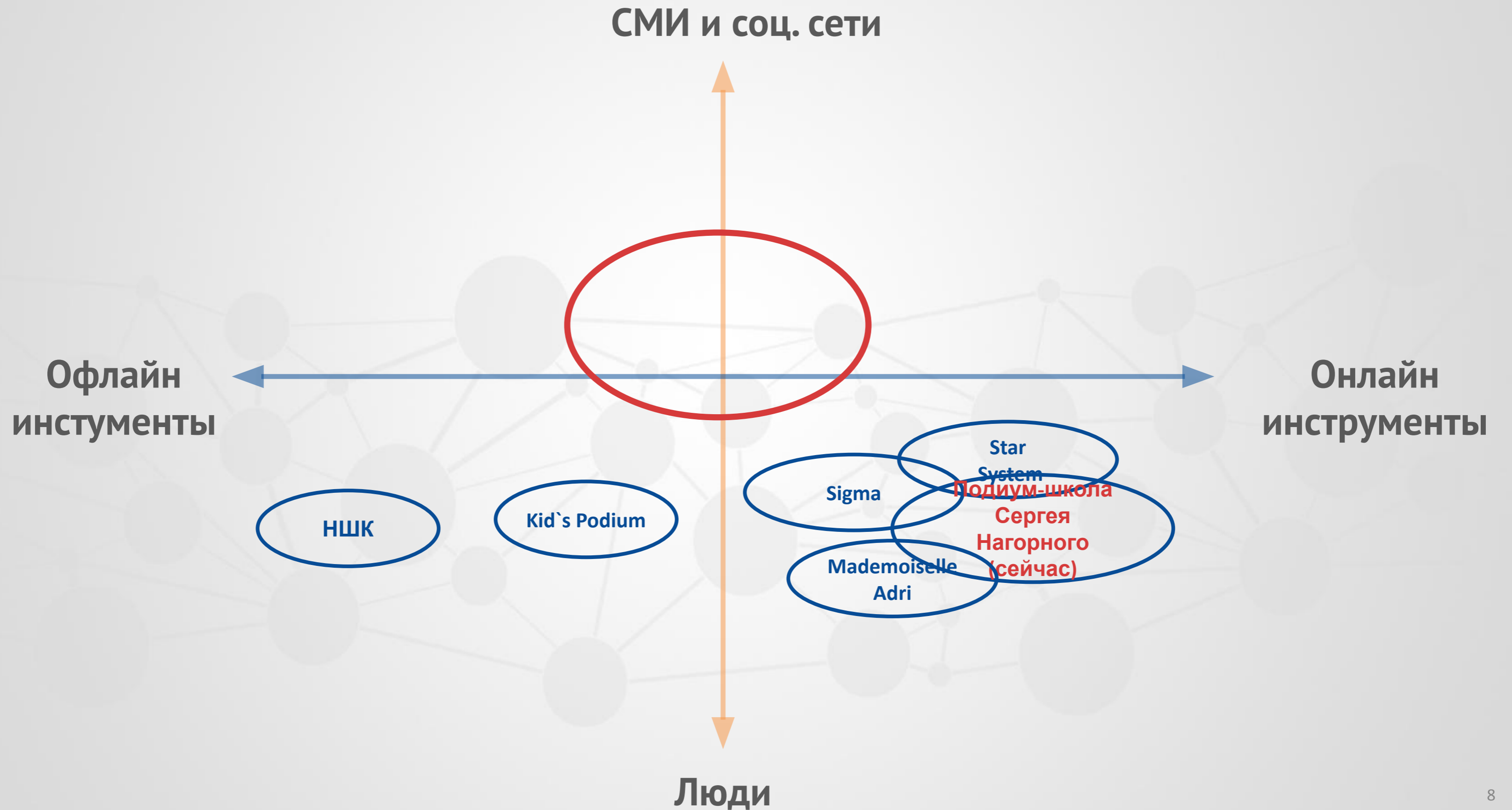
ВЫВОД

В социальных медиа присутствует большинство белорусских модельных школ. Однако многие из них используют в соц.сетях только один, выбранный для себя, вид контента — для кого-то это площадка с портфолио, кто-то показывает внутреннюю жизнь — и не общаются с аудиторией.

Нужно выделить себе подходящую и уникальную территорию бренда и создавать контент на основе того, чем интересуется целевая аудитория, а не просто транслировать красивые фотографии



КАРТА ПРОЕКТОВ



The background features a network diagram with various sized circles connected by thin lines, set against a solid blue background. The circles are arranged in a way that suggests a complex, interconnected system, with some larger circles acting as hubs and smaller ones as peripheral nodes.

АНАЛИЗ АУДИТОРИИ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Сегмент 1

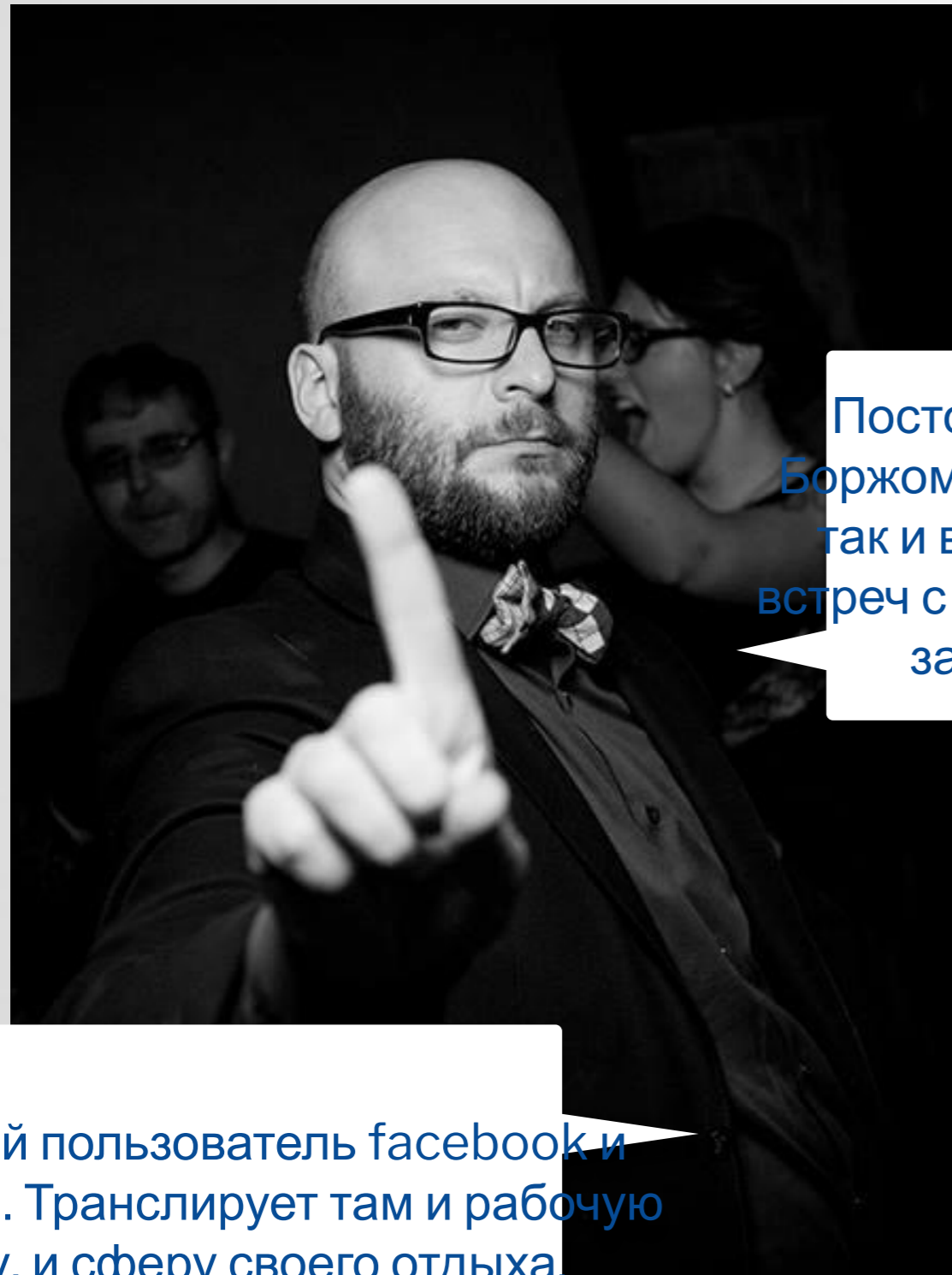
Сегмент 2

Криптовалютчики

Обычные люди, озабочены экологией

БРЕНД-ЧЕМПИОНЫ

Максим, 35 год,
директор deal.by



Постоянный потребитель Боржоми. Как во время ужина, так и во время вечеринок и встреч с друзьями. Любит её из-за приятного вкуса

Активный пользователь facebook и instagram. Транслирует там и рабочую сферу, и сферу своего отдыха.

«Facebook - это важный канал моей социальной жизни. Поэтому я провожу тут минимум 2 часа сутки»

Влад, 30 лет,
ресторатор



«Когда покупаешь себе именно Боржоми, понимаешь, что потратил несколько рублей с пользой для себя. Но вообще делаю это нечасто»

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

На что смотрят

М/Ж 25-50 лет, жители самых крупных городов с доходом выше среднего

М/Ж 20-25 лет, жители самых крупных городов, специалисты и офисные работники



Мотивация

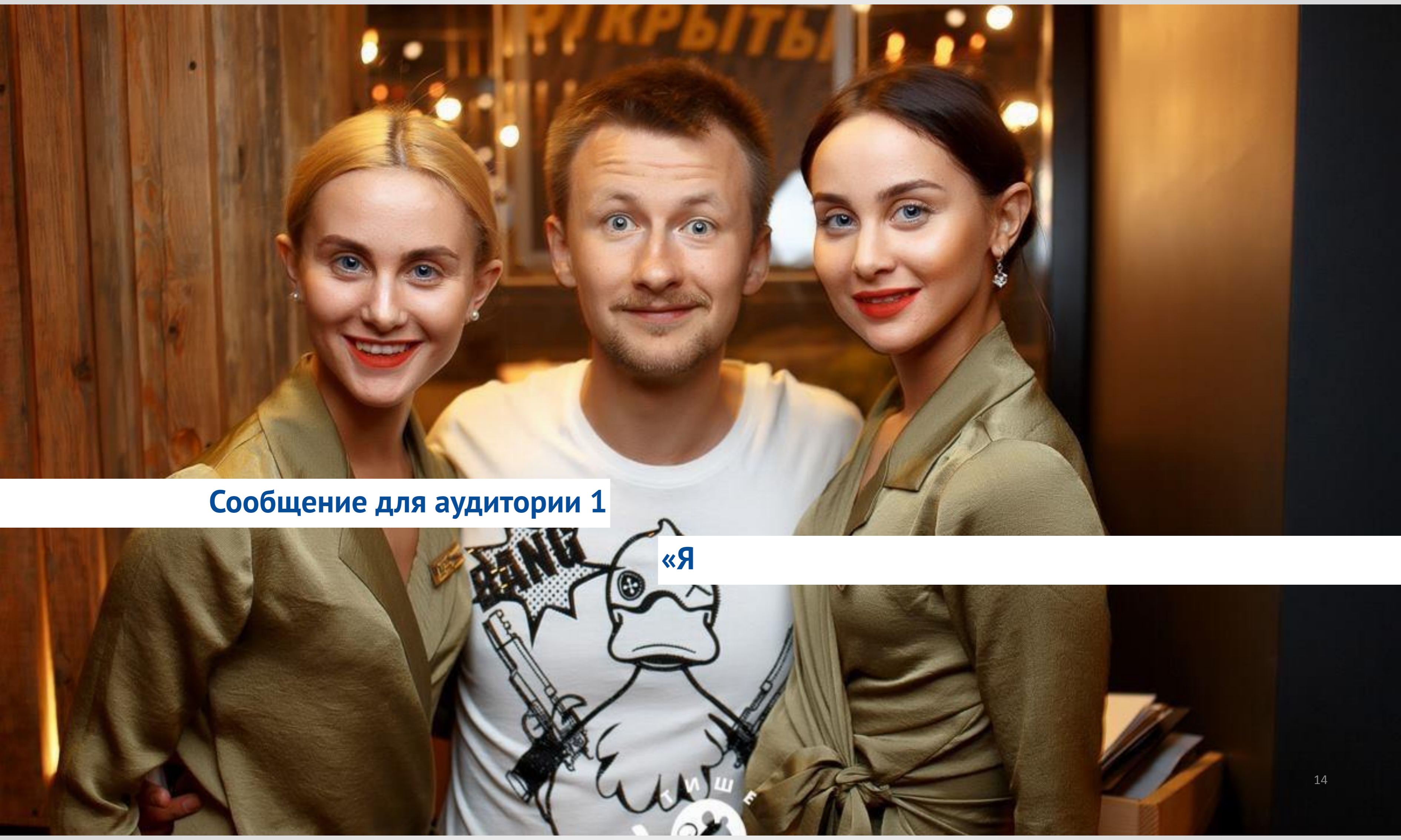
- Наслаждение вкусом еды и напитков – усиливает их вкус, позволяет насладиться каждым кусочком пищи или глотком напитка (освежает, очищает рецепторы)
- Вместо чая/кофе во время встреч и других видов социализации
- Вместо снеков во время перекусов (0 калорий, вкусная вода)
- Вкус
- Снятие синдрома похмелья (Спонсор 1 января)

Страхи

- До, во время и после еды в течении дня
- До, во время и после праздников, вечеринок, пикников
- Во время встреч с друзьями, партнерами, родными
- До и во время ужина (в том числе позднего)
- Утром 1 января

ПЛОЩАДКИ ПРОЕКТА





Сообщение для аудитории 1

«Я



Сообщение 2

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Территория

Наслаждение жизнью/Получение удовольствия с «Боржоми»

Коммуникационная миссия

Жизнь состоит из множества моментов, только с «Боржоми» ты можешь насладиться каждым из них сполна/получить удовольствие от жизни

Коммуникационное сообщение социальных сетей

Страница «Боржоми» для тех, кто хорошо работает и хорошо отдыхает.



ПЛАН ПРОДВИЖЕНИЯ

ТАЙМИНГ

2017	Основная тема коммуникации	Основные рубрики	Дополнительные рубрики
Февраль	«Наслаждение жизнью с Боржоми»	Боржоми_ланч Боржоми_настоящее Боржоми_пятница Боржоми_наслаждение	Боржоми_календарь Боржоми_призма Боржоми_лови_момент Боржоми_вкусно
Март			
Апрель			
Май	«Пикники»	Боржоми_вкусно Боржоми_пикники Боржоми_календарь Боржоми_пятница	Боржоми_ланч Боржоми_призма Боржоми_лови_момент
Июнь			
Июль	«Наслаждение работой и отдыхом - наслаждение жизнью»	Боржоми_ланч Боржоми_настоящее Боржоми_пятница Боржоми_наслаждение Боржоми_смотри	Боржоми_календарь Боржоми_призма Боржоми_лови_момент Боржоми_вкусно
Август			
Сентябрь	«Наслаждение жизнью с Боржоми»		
Октябрь			
Ноябрь	«Наслаждение работой и отдыхом - наслаждение жизнью»		
Декабрь			
Январь	«Спонсор 1 января»	Боржоми_вкусно Боржоми_пятница Боржоми_настоящее Боржоми_2018	Боржоми_призма Боржоми_лови_момент Боржоми_календарь

САЙТ

OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

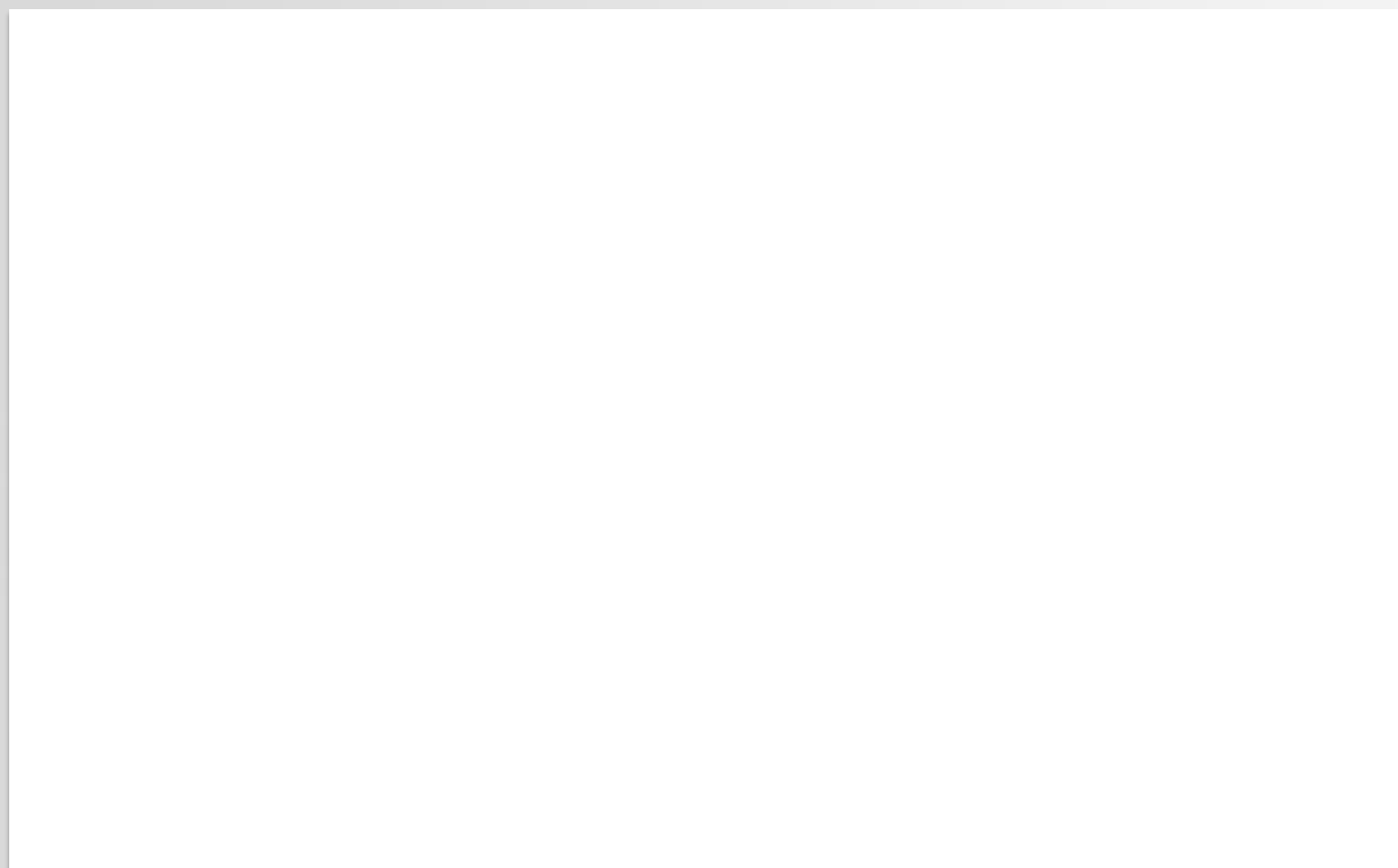
PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

ПРИМЕРЫ САЙТОВ



РАБОТА СО СММИ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С СОЦ. СЕТЯМИ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С ФОРУМАМИ И ДР.

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С МЕССЕНДЖЕРАМИ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч
Боржоми_настоящее
Боржоми_пятница
Боржоми_наслаждение
Боржоми_календарь
Боржоми_призма
Боржоми_лови_момент
Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С ADVISOR

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С ADVISOR

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

РАБОТА С АУДИТОРИЕЙ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми_ланч

Боржоми_настоящее

Боржоми_пятница

Боржоми_наслаждение

Боржоми_календарь

Боржоми_призма

Боржоми_лови_момент

Боржоми_по...

** Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

ЭКОНОМИКА

ЛАБОРАТОРИЯ НЕВИДИМЫХ МОДЕЛЕЙ

Это проект, в котором NAGORNY Podium School помогает разглядеть модель в каждом мальчике или девочке. Показывает, что сейчас можно быть красивым и популярным с ЛЮБЫМИ параметрами, нужно лишь немного поработать над собой. Подиум-школа как раз для этого подходит.

A diagram consisting of a network of interconnected circles of various sizes, representing a model or system. Two blue arrows point downwards from the network towards two white text boxes.

Для парней и девушек

Для мам

СРЕДСТВА и распределение



PRE ICO

OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

POST-ICO

OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТА

Для оперативного сбора заявок от родителей нужно подключить работу консультанта, который будет компетентно отвечать на вопросы и приглашать на презентацию.

Это позволит повысить лояльность взрослой аудитории через индивидуальный подход и повысить конверсию прихода на презентацию.



ВИДЕО

Вконтакте

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных сообществах
- Видеотрансляции подготовки
- Брендирование рубрик в других сообществах

Одноклассники

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных сообществах
- Видеотрансляции
- Размещение в рекомендованных сообществах*

Instagram

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных аккаунтах
- Конкурсы, видеотрансляции и сториз

Facebook

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных сообществах

РЕЗУЛЬТАТЫ



Медиаохват более 2 500 000 пользователей



Более 1000 заявок на посещение мероприятия, 500-600 посетителей презентации



Повышение узнаваемости среди молодой аудитории и повышение лояльности среди взрослой

ПОЧЕМУ ЭТО СРАБОТАЕТ?

2. В среде, где активна наша аудитория и на языке, который она понимает

1. Яркое и в тренде

3. Решает задачи бренда

ПОЧЕМУ UFOX

Желание понимать бизнес клиента, готовность развивать процессы в команде под его задачи и особое внимание к качеству – три кита успешного проекта.



Выгодно

Мы - единственная компания в Беларуси, которая имеет **свои рекламные площадки в социальных медиа**.

Наши решения по привлечению аудитории в среднем на 30% дешевле, чем у конкурентов.



Качественно

Мы поддерживаем высокий уровень нашего сервиса.

Со всеми клиентами мы готовы подписать **соглашение (SLA)**, в котором закреплены стандарты сервиса предоставляемых услуг.



Результативно

Мы ориентированы на достижение **конкретных результатов**.

Все показатели согласовываются и фиксируются в договоре, и наши клиенты получают 99% гарантию результата.

МЫ ДЕЛАЛИ ЭТО УЖЕ!



#BIGSMMDAY

ДАВАЙТЕ РАБОТАТЬ

Приезжайте: Минск, ул. Короля 9, офис. 21

Звоните: +375 17 209 08 11, +375 44 7000 833

Пишите: info@ufox.by

Заходите: www.ufox.by

С уважением,
команда UFOX