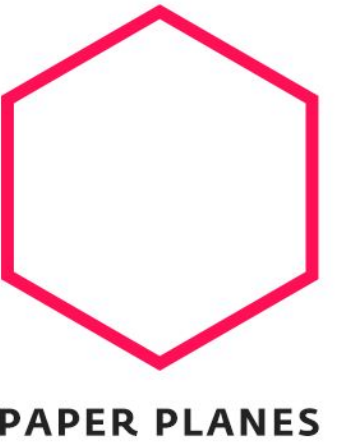


PAPER PLANES

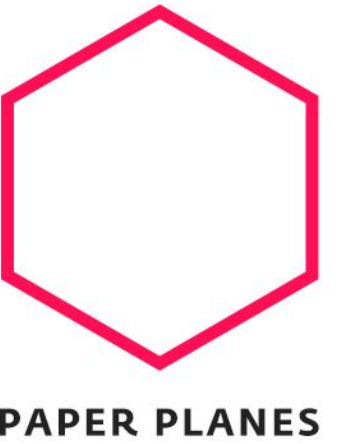
Коммуникационная стратегия

Цели и задачи



- Продвижение ...;
- Донесение преимуществ компании: ...;
- Информирование о ...;
-

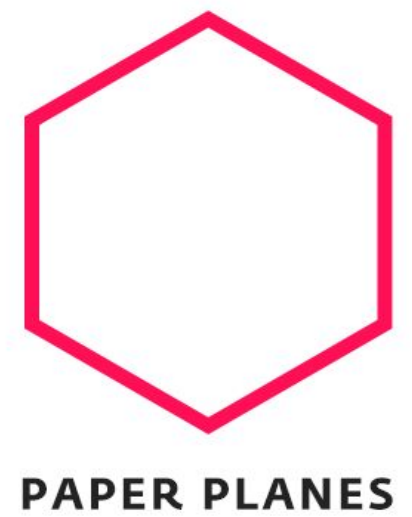
Целевая аудитория



Профиль ЦА:

- Возраст
- Пол
- Образование
- Паттерны поведения

USP и Story angles



Позиционирование

«Позиционирующий слоган»

Ключевые сообщения:

«Преимущество 1»

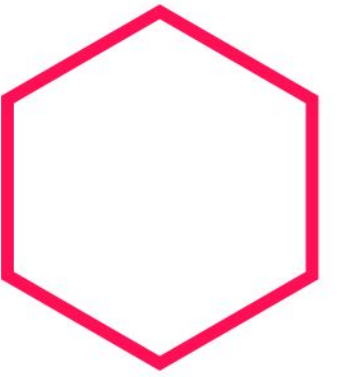
«Преимущество 2»

«Преимущество 1»

В качестве story angles предлагается опираться на следующие основные направления:

- ...
- ...
- ...

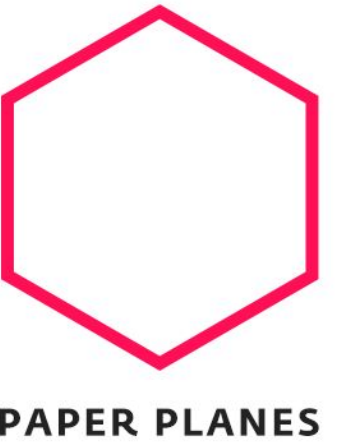
RDB



PAPER PLANES

Resonance	Differentiation	Belief
Что доносим	Что доносим	Что доносим
Как доносим	Как доносим	Как доносим
Что доносим	Что доносим	Что доносим
Как доносим	Как доносим	Как доносим
Что доносим	Что доносим	Что доносим
Как доносим	Как доносим	Как доносим

Стиль и тональность

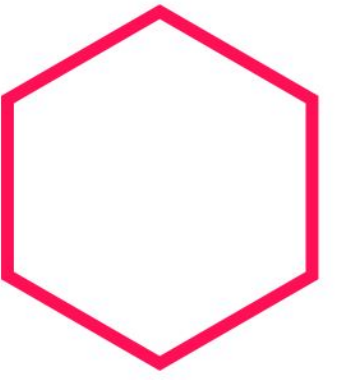


В рамках коммуникации предлагается придерживаться следующих правил:

на «ты»/на «Вы»

: ...

ИСТОЧНИКИ КОНТЕНТА

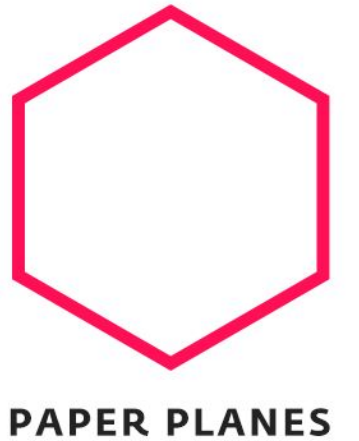


PAPER PLANES

Внешние:

Внутренние:

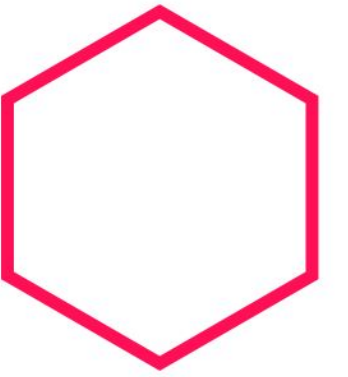
Форматы



Для решения поставленных перед сообществом задач предлагается использовать следующие форматы публикаций:

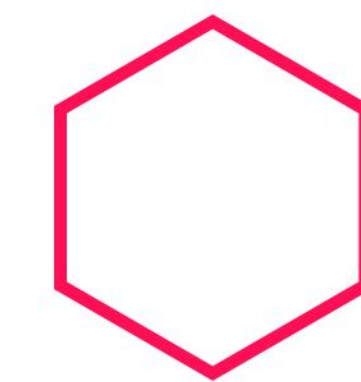
- – набор фотографий (в большей степени собственные фотографии из заведений);
- – предоставление пользователям интересной информации в формате визуальных публикаций (оформленные цитаты, инфографика, плакаты);
- – короткие публикации в формате списков (например, «ТОП-5 советов»)
- – публикации общего и корпоративного характера на релевантные темы;
- – конкурсные и вовлекающие активности (онлайн-офлайн интеграция);
- – интервью с сотрудниками, стажерами и представителями руководства
- ...

Каналы



PAPER PLANES

Онлайн	Офлайн



PAPER PLANES

Спасибо!