

**Создание стратегия продвижения в социальных сетях
для компании “ZEL.BIZ”**

ВВЕДЕНИЕ	3
Описание проекта	3
Анализ текущего положения дел в соцсетях	5
Концепция общего визуального контента	5
Бизнес-страница Facebook	6
Паблик ВКонтакте	9
Бизнес-страница Инстаграм	12
Неиспользуемые социальные сети	14
Конкурентный анализ	14
Основные конкуренты	14
Преимущества компании перед конкурентами	16
Цели продвижения	16
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ	17
Портрет целевой аудитории	17
Целевая аудитория 1	17
Целевая аудитория 2	18
Целевая аудитория 3	19
Контент-план	20
Facebook/ВКонтакте	20
Инстаграм	23
Инструменты продвижения	25
Смета	30
Выводы	31

ВВЕДЕНИЕ

Проект: Сервис Zel.Biz Push уведомления для вашего бизнеса

Общая характеристика сервисов Push уведомлений:

- + всего 11 сервисов найдено по нашему направлению
- + в начинающих бизнесах, малых и средних push-уведомления пользуются спросом, так как это недорогой способ продвижения.
- + можно создавать Push уведомления как для различных браузеров, так и для мобильных устройств

- высокая SEO конкурентность
- есть бесплатные тарифы, а также есть и платные, цена у каждого сервиса разная.

1.Описание проекта

Сервис Zel.Biz Push уведомления для вашего бизнеса – это возможность зарабатывать, повышать собственную узнаваемость в интернете, обеспечивать более широкий охват целевой аудитории и пользоваться самыми актуальными рекламными инструментами. Мы предлагаем более эффективные и практичные решения, чем обычные SMS и Email-рассылки. Объем качественного трафика увеличивается до 80%.

Zel.Biz предлагает такие услуги:

- Рекламодатель - используя этот новый инструмент продвижения товаров и услуг, получает возможность зарабатывать с помощью простых инструментов.

- Веб мастера - могут легко настраивать и управлять своей рекламной кампанией, участвовать в партнерской программе и активно привлекать аудиторию. .

Сектор бизнеса: B2B, сфера - реклама.

Моя роль в проекте: это управление контентом сайта, контентом социальных сетей, также я являюсь веб и граф дизайнером. Работаю в паре с копирайтером, видеомонтажером и программистом, которые выполняют часть моих поставленных задач.

Сайт [Сервис Zel.Biz Push уведомления для вашего бизнеса](#)

Главная функция сайта - продать свои услуги рекламодателям и веб мастерам. Навигация по сайту достаточно удобная, также предусматриваем сделать ознакомительные видео для рекламодателей и веб мастеров, какие преимущества есть у нас для них. Помимо этого есть блог на различные темы статьи, пользователь может прочитать актуальные новости мира или же получить для себя обучающий материал. В основном у нас информационный контент на сайте, чтобы пользователи могли получить нужное для себя.

Установлены:

- Яндекс.Метрика, цели пока не настроены
- Пиксели ретаргетинга - Вконтакте и Facebook/Instagram и TopMail.

- установить чат боты Facebook, Вконтакте
- Есть мобильная версия сайта

- Вставить пиксель Вконтакте

```
<script type="text/javascript">!function(){var
t=document.createElement("script");t.type="text/javascript",t.async=!0,t.s
rc="https://vk.com/js/api/openapi.js?154",t.onload=function(){VK.Retarge
ting.Init("VK-RTRG-247649-aBzRQ"),VK.Retargeting.Hit()},document.he
ad.appendChild(t)}();</script><noscript></noscript>
```

- Вставить пиксель Facebook

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
```

```
<script>
```

```
!function(f,b,e,v,n,t,s)
{if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
fbq('init', '1833571773376564');
fbq('track', 'PageView');
```

```
</script>
```

```
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

- Вставить пиксель Facebook

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
!function(f,b,e,v,n,t,s)
{if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
fbq('init', '1534116563569885');
fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```

- Вставить пиксель Mail Ru Group

```
<!-- Rating@Mail.ru counter -->
```

```
<script type="text/javascript">
```

```
var _tmr = window._tmr || (window._tmr = []);
```

```
_tmr.push({id: "3036091", type: "pageView", start: (new  
Date()).getTime(), pid: "USER_ID"});
```

```
(function (d, w, id) {
```

```
    if (d.getElementById(id)) return;
```

```
    var ts = d.createElement("script"); ts.type = "text/javascript"; ts.async =  
true; ts.id = id;
```

```
    ts.src = (d.location.protocol == "https:" ? "https:" : "http:") +  
"/top-fwz1.mail.ru/js/code.js";
```

```
    var f = function () {var s = d.getElementsByTagName("script")[0];  
s.parentNode.insertBefore(ts, s);};
```

```
    if (w.opera == "[object Opera]") {  
d.addEventListener("DOMContentLoaded", f, false); } else { f(); }  
})(document, window, "topmailru-code");
```

```
</script><noscript><div>
```

```

```

```
</div></noscript>
```

```
<!-- //Rating@Mail.ru counter -->
```

```
<!-- Rating@Mail.ru counter dynamic remarketing appendix -->
```

```
<script type="text/javascript">
```

```
var _tmr = _tmr || [];
```

```
_tmr.push({
```

```
type: 'itemView',
productid: 'VALUE',
pagetype: 'VALUE',
list: 'VALUE',
totalvalue: 'VALUE'
});
</script>
<!-- // Rating@Mail.ru counter dynamic remarketing appendix →
```

1.2. Анализ и география целевой аудитории

География проекта и целевая аудитория:

По данным Яндекс.Метрики:

География (страны), основными пользователями являются из США и России, так как наши филиалы расположены в этих регионах.

Штаты, области и города в которых совершали больше всего действий

США: Штат Калифорния, Штат Флорида, Штат Вирджиния

Россия: Москва и Московская область.

Пол

Преимущественно мужчины

<input checked="" type="checkbox"/> Пол	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	▼ % ▽	▼ % ▽	▼ ▽	▼ ▽	▼ ▽
<input type="checkbox"/> Итого и средние	232	67	11,2%	5,83	8:38
<input checked="" type="checkbox"/> мужской	185	53	12,4%	6,22	9:25
<input checked="" type="checkbox"/> женский	47	14	6,38%	4,3	5:32

Возраст

В основном пользователи от 25 до 35 лет.

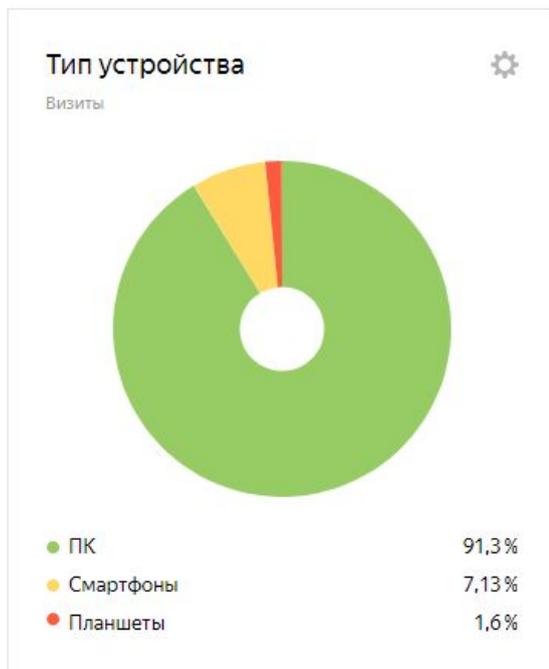
<input checked="" type="checkbox"/> Возраст ▲	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	▼ % ▽	▼ % ▽	▼ ▽	▼ ▽	▼ ▽
<input type="checkbox"/> Итого и средние	225	64	11,6%	5,83	8:45
<input checked="" type="checkbox"/> младше 18 лет	6	2	0%	2,83	8:05
<input checked="" type="checkbox"/> 18-24 года	36	7	11,1%	4,92	6:54
<input checked="" type="checkbox"/> 25-34 года	137	32	10,9%	6,69	9:22
<input checked="" type="checkbox"/> 35-44 года	36	16	13,9%	3,72	8:34
<input checked="" type="checkbox"/> 45-54 года	7	7	28,6%	2,29	0:24
<input type="checkbox"/> 55 лет и старше	3	3	0%	16,7	25:22

Интересы аудитории (только для веб-аналитики)

Категория интересов, ур. 1, Категория интересов, ур. 2, Категория интересов, ур. 3

	Визиты	Посетители	Аффинити-индекс	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
<input type="checkbox"/> Итого и средние	184	42	—	6,52%	6,36	9:16
<input checked="" type="checkbox"/> Бизнес	177	38	193%	6,78%	6,52	9:31
<input checked="" type="checkbox"/> Электроника	139	24	194%	5,76%	6,27	9:23
<input checked="" type="checkbox"/> Развлечения и досуг	139	32	88,8%	6,47%	6,04	8:57
<input checked="" type="checkbox"/> Строительство, обустройство и ремонт	130	35	109%	5,38%	6,73	10:09
<input checked="" type="checkbox"/> Транспорт	113	20	113%	7,96%	6,73	10:14
<input type="checkbox"/> Одежда, обувь и аксессуары	105	24	102%	6,67%	6,61	9:58
<input type="checkbox"/> Финансы	89	31	157%	6,74%	6,17	8:25
<input type="checkbox"/> Отдых и путешествия	88	24	84,9%	9,09%	5,32	8:47
<input type="checkbox"/> Работа	85	26	159%	4,71%	4,52	7:33
<input type="checkbox"/> Образование	76	22	107%	1,32%	4,5	7:43
<input type="checkbox"/> Бытовая техника	57	10	144%	7,02%	6,23	10:11
<input type="checkbox"/> Недвижимость	56	13	82,9%	7,14%	4,29	6:39

Использование устройств (ПК, мобильные, планшеты)



2. Анализ сайта

<https://zel.biz/>

На сайте установлено :

- система аналитики Яндекс.Метрика
- счетчик top.mail.ru, но не настроены цели ретаргетинга
- пиксели ретаргетинга Facebook
- пиксели ретаргетинга Вконтакте
- существует мобильная версия сайта
- удобная форма регистрации, авторизации

Рекомендации работы с сайтом:

- виджет социальной сети Facebook
- виджет социальной сети Вконтакте
- виджет социальной сети Instagram
- виджет мессенджера Viber, WhatsApp, Telegram
- установить систему аналитики Google.Analytics (для аналитики кросс-конверсий и пр.)
- на сайте сделать в разделе “Цены” блок с “Тарифами”

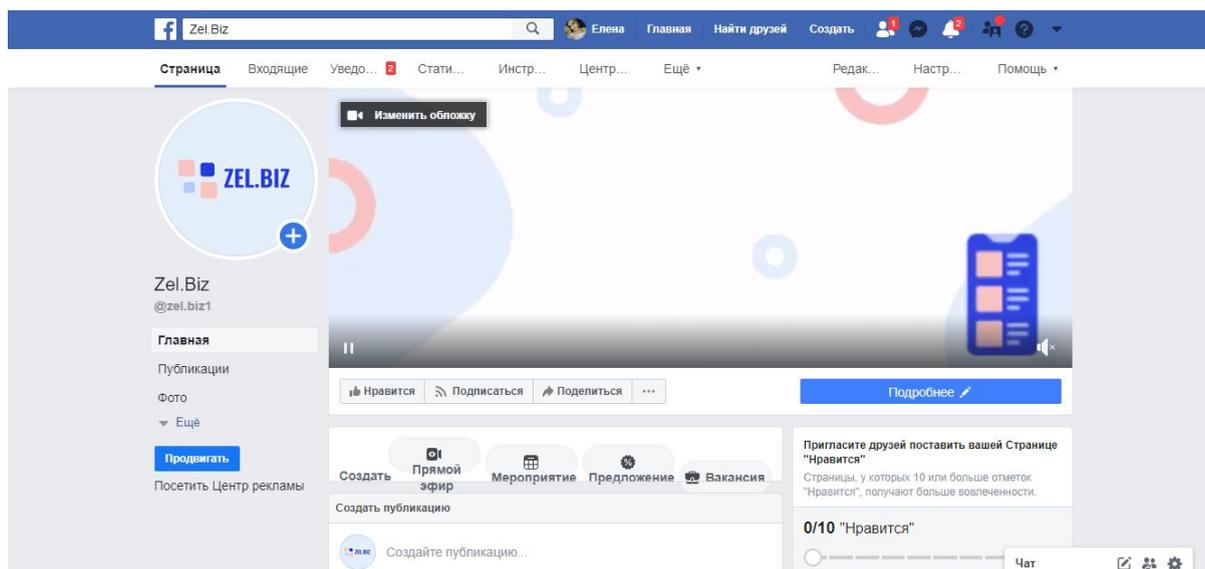
2.1. Анализ текущей ситуации фирмы в социальных сетях

[Страница Facebook](#)

- ❖ количество подписчиков: 0
- ❖ дата создания сообщества: 21.12.2019
- ❖ тип: сообщество
- ❖ количество публикаций: 4
- ❖ контент-план: создан контент-план на 10 дней
- ❖ дата последней публикации: 23.12.2019
- ❖ ER 0
- ❖ динамика роста подписчиков за месяц: 0
- ❖ аватар: Сделан в стилистике нашего сайта, на нем разместили лого компании. Обложку сообщества: сделана динамической, чтобы удерживать внимание пользователя как можно дольше, также сообщество будет вестись согласно нашему дизайну сайта.

Рекомендации: Начать вести активность в Facebook согласно составленному контент-плану. Определить лучшее время публикаций и также протестировать несколько Tone of voice, чтобы понять в каком тоне коммуникация пользователям больше нравится. Есть 2 варианта:

1. Современный, нейтральный и архаичный
2. Остроумный, нейтральный и язвительный



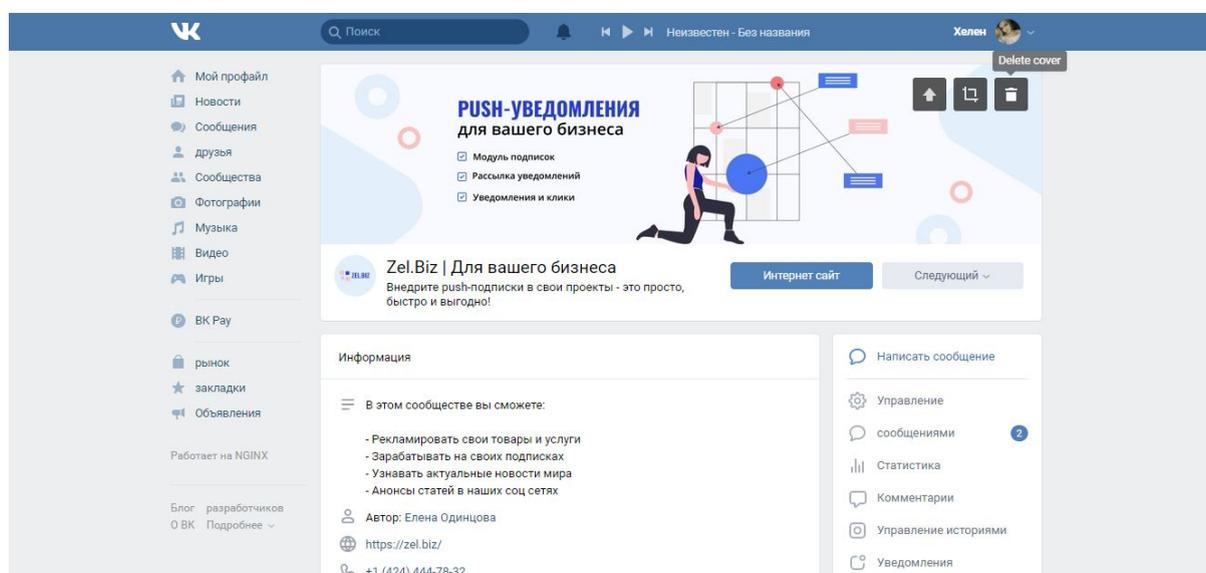
[Страница в Вконтакте](#)

- ❖ количество подписчиков: 0
- ❖ дата создания сообщества: 19.12.2019
- ❖ тип: сообщество
- ❖ дата последней публикации: 20.12.2019
- ❖ ER: 0
- ❖ динамика роста подписчиков за месяц: 0
- ❖ контент-план: создан контент-план на 10 дней
- ❖ аватар: сделан в стилистике нашего сайта, на нем разместили лого компании.
- ❖ обложка: статическая, сделана в общей стилистике нашего сайта, также предусмотрены динамические обложки для мобильной версии, но возникли трудности при загрузке, не отображаются обложки на телефоне, проблему пока не устранили.

- ❖ дескриптор: кратко изложили, что можно получить от нашего сообщества

Рекомендации: Начать вести активность в Вконтакте согласно составленному контент-плану. Определить лучшее время публикаций и также протестировать несколько Tone of voice, чтобы понять в каком тоне коммуникация пользователям больше нравится. Есть 2 варианта:

3. Современный, нейтральный и архаичный
4. Остроумный, нейтральный и язвительный



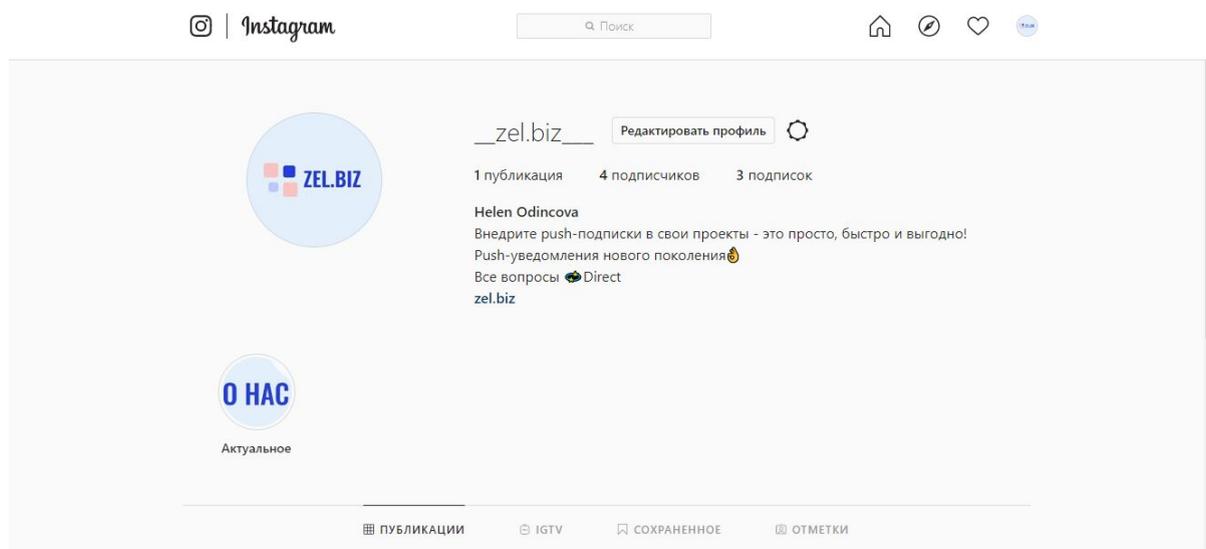
[Страница Instagram](#)

- ❖ дата создания сообщества: 23.12.2019
- ❖ название страницы: совпадает с брендом
- ❖ тип: бизнес-страница
- ❖ количество подписчиков: 4
- ❖ количество новых подписчиков (за 7дн.): 0

- ❖ дата последней публикации: 23.12.2019
- ❖ ERday 0% ; ERpost 0%
- ❖ наиболее активные дни недели: Определить
- ❖ наиболее активное время: Определить
- ❖ аватар: общее восприятие: сделан в стилистике нашего сайта, на нем разместили лого компании.
- ❖ дескриптор: краткое описание, чем мы занимаемся

Рекомендации: Начать вести активность в Instagram согласно составленному контент-плану. Определить лучшее время публикаций и также протестировать несколько Tone of voice, чтобы понять в каком тоне коммуникация пользователям больше нравится. Есть 2 варианта:

5. Современный, нейтральный и архаичный
6. Остроумный, нейтральный и язвительный



2.2 Вывод о социальных сетях

1. Это начинающий проект, поэтому соц сети были созданы недавно и активности в них нет, сложно делать пока выводы, многие вещи придется еще тестировать и определить самые подходящие для нас. Пока можно сделать рекомендации куда нам стоит двигаться, на какие площадки и как вести там работу.
2. Социальная сеть Facebook, там будет происходить самая большая активность, так как эта соц сеть идеально подходит для развития своего бизнеса и основная аудитория наша находится именно там.
3. Социальная сеть Instagram, также очень популярная соц сеть и поэтому мы там также будем вести большую активность, потому что там есть большая часть нашей ца и можно сделать бренд более узнаваемым.
4. Социальная сеть Вконтакте, будем вести там активность тоже, но не делаем акцент в этом сообществе.
5. Также у нас созданы такие соц сети: Twitter, Telegram, Youtube, Linkedin, Pinterest. В дальнейшем мы хотим сделать обучающий Youtube-канал по нашей тематике сервиса, это нас выделит среди конкурентов, так как у них либо отсутствует или очень плохо развиты каналы или велась активность ранее. Twitter мы не будем активно вести, но и отказываться от этой соц сети не стоит, так как наш сервис предназначен для людей с ограниченным временем, мы будем там постить максимально информативно и кратко, чтобы донести до

пользователя нужную инфо. Telegram канал также не будем активно его вести, но в раз неделю будем выкладывать интересные посты, так как часть аудитории находится там и не нужно о них забывать. LinkedIn мы не будем вести там активность, потому что эта соц сеть больше предназначена для поиска работы. Pinterest также не будем вести там работу, так как там нет нашей ца.

Рекомендуется:

Создать сообщество в Одноклассниках, так как там находится большая часть нашей ца и не нужно это игнорировать, в будущем после налаживания работы основных соцсетей. (планируются, видео-записи до 5 тыс. руб.).

3. Анализ конкурентов

Определим самых сильных конкурентов по самому трафиковому запросу “push сети” “заказать push уведомления” в этом регионе (СНГ):

Рассмотрев выдачу были выделены следующие 2 сильных конкурента по региону.

- ❑ <https://gravitec.net/ru/>
- ❑ <https://push4site.com/>

3.1 Конкурент [Gravitec](#)

Gravitec – русскоязычный сервис по созданию и отправке push-уведомлений. В сервисе доступна сегментация подписчиков по интересам и поведению на сайте, указание времени для отложенной отправки, расширенная статистика (с фильтрами по времени и сегментам) и т.д.

Сервис предоставляет 4 тарифных плана: Start (бесплатный), SMB (\$15), Medium (\$49), Enterprise (\$99). Стоимость тарифных планов прямо пропорциональна количеству подписчиков, и, в зависимости от количества подписавшихся, меняется автоматически.

В бесплатном тарифе лимит – 500 подписчиков, а количество отправляемых push-уведомлений не ограничено. Поддерживаемые браузеры в бесплатной версии – Google Chrome, Firefox, «Яндекс.Браузер». В платной версии поддерживается также Safari.

GRAVITEC

Тарифы Блог Вход НАЧАТЬ БЕСПЛАТНО RU

Автоматизация рассылок для online-сервисов

Рассылайте своим пользователям новости, статьи и акционные предложения через удобный сервис push-уведомлений

УСТАНОВИТЬ НА СВОЙ САЙТ

До 30 000 подписчиков бесплатно

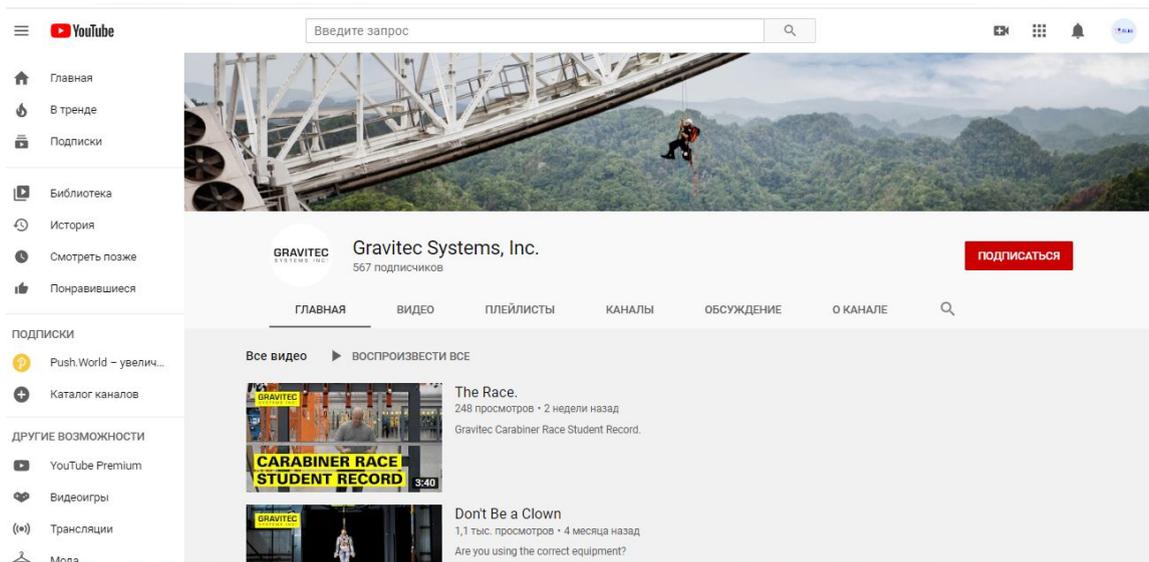
Данный бренд имеет представительство в социальных сетях, таких как:

- **YouTube** (567 подписчиков / трафик на сайт 40,13%)
<https://www.youtube.com/channel/UCY02sARNxJzs-TPk3ATZGw>
- **Facebooke** (226 подписчиков / трафик на сайт 10,62%)
<https://www.facebook.com/gravitec.net/>

По анализу SimilarWeb этот бренд на сайт получает трафик из соц.сетей в размере 1,32%, в т.ч. наибольшее количества трафика приходит с Вконтакта 40,13%



Наибольшее количество трафика получает конкурент с соц сети YouTube, поэтому проанализируем подробнее это сообщество бренда:

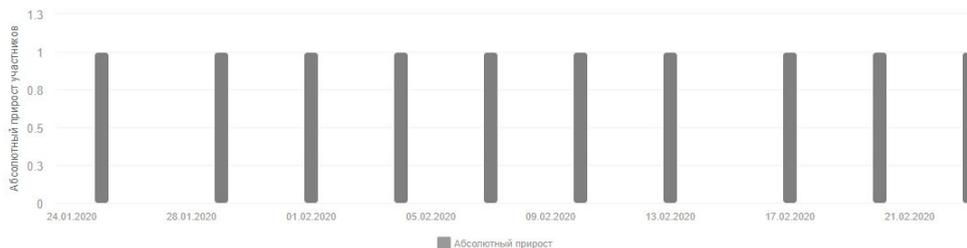


Динамика участников

Добавить виджет в отчет

Динамика участников

~ |o| % День



10

Общий прирост количества участников

1

Максимальный прирост количества участников

0

Минимальный прирост количества участников

0

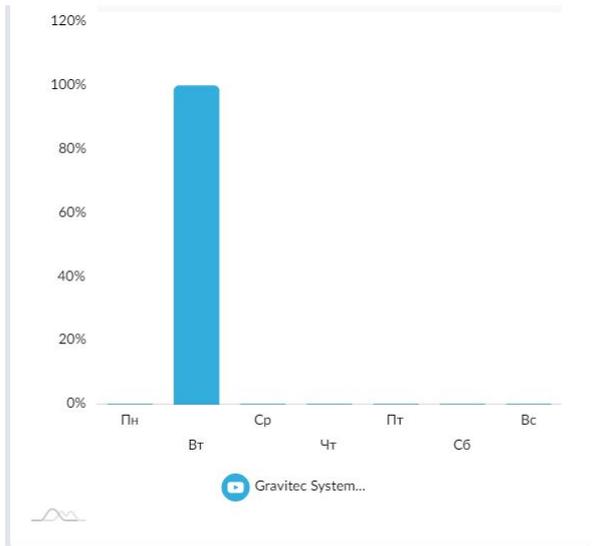
Средний прирост количества участников в день

По данным сервиса JagaJam

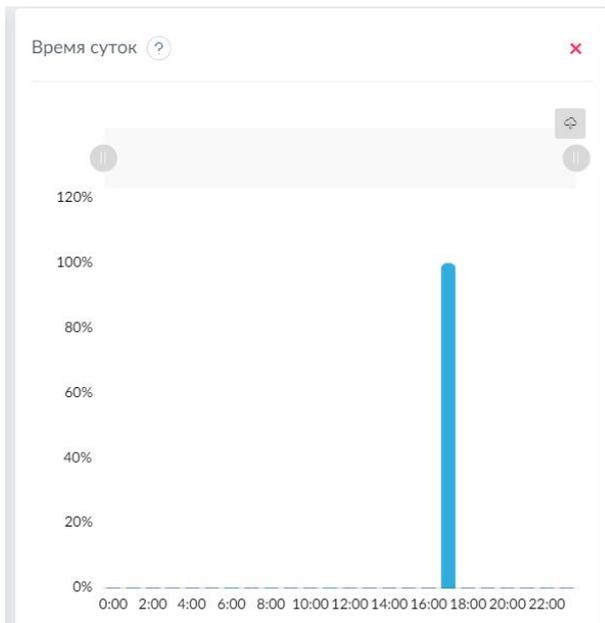
- **прирост пользователей за месяц 10**

По данным Popsters (период 26.01.20 - 24.02.2020):

- **ERview 1,9920% ; ERday 0,8818% ; ERpost 0,8818%**
- **наиболее активные дни недели: Вт (100%)**

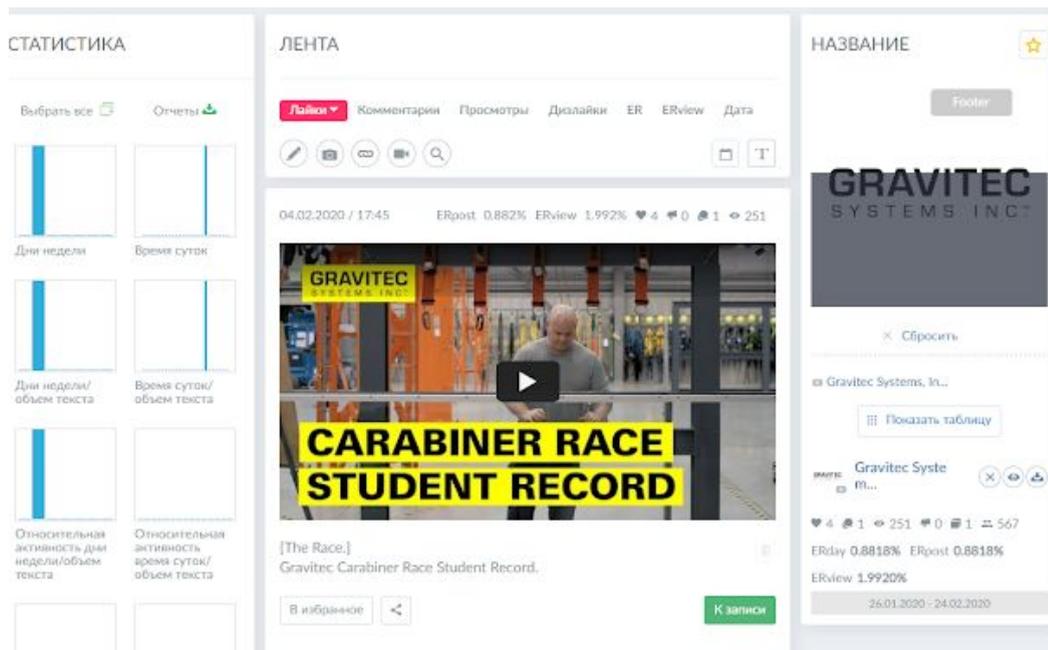


- **наиболее активное время: 17:00 (100%)**



- **вид сообщества:** YouTube - канал
- **логотип:** соответствует деятельности сервиса. На логотипе минималистичный, значок, который ассоциируется с брендом и правильно подобранный шрифт.
- **обложка:** тематическая фотография.

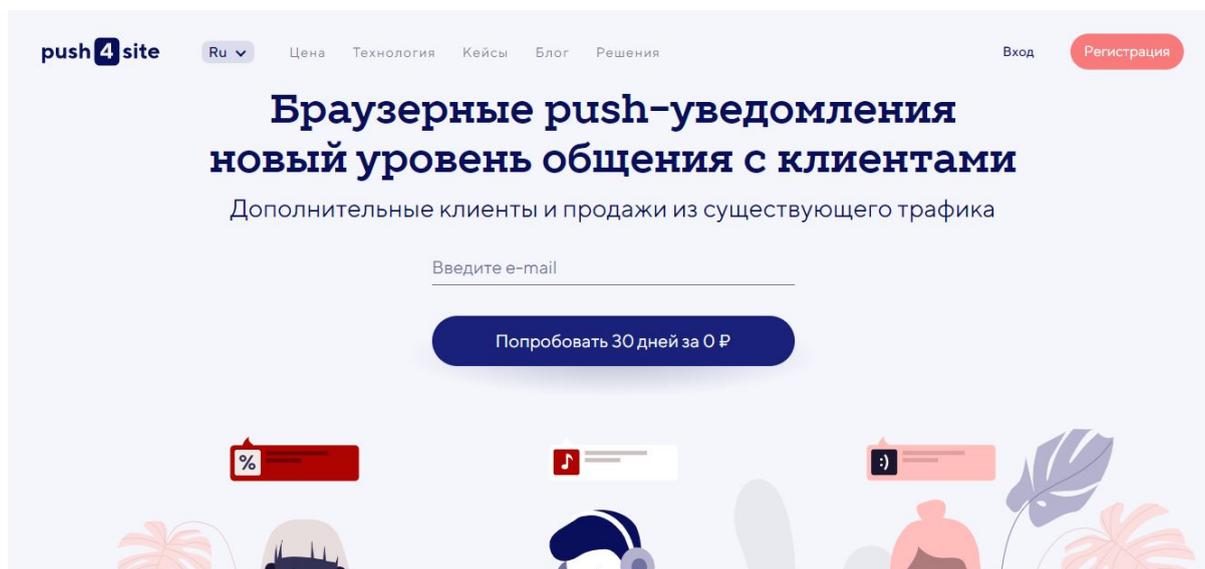
- **Наиболее вовлекаемый контент:** за месяц выложено всего лишь одно видео, активность на канале практически 0.



3.2 Конкурент Push4site

Push4site позволяет отправлять push-уведомления на Google Chrome, Safari, Firefox. В сервисе доступна сегментация, персонализация, геотаргетинг push-уведомлений.

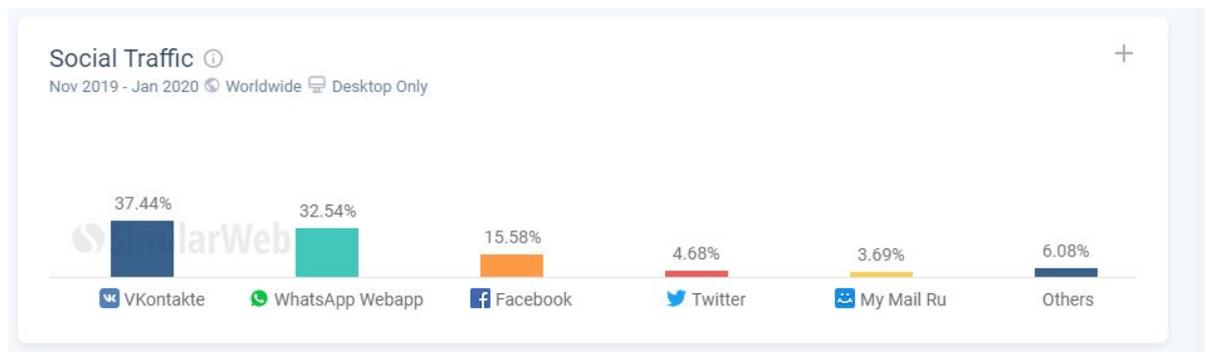
Предоставлено 2 тарифа – FREE (бесплатный) и PREMIUM (990 руб/месяц). С помощью бесплатного тарифа можно отправлять неограниченное количество уведомлений неограниченному количеству подписчиков.



Данный бренд имеет представительство в социальных сетях, таких как:

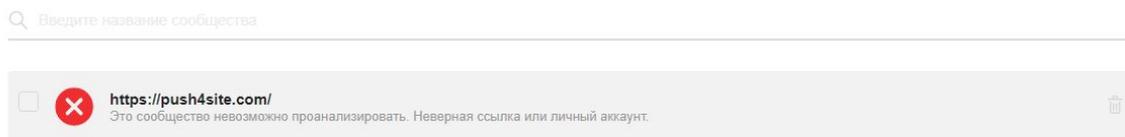
- **Вконтакте** (83 подписчиков / трафик на сайт 37,44%)
<https://vk.com/push4site>
- **Facebook** группа (64 подписчиков / трафик на сайт 15,56%)
<https://www.facebook.com/push4site/>
- **Twitter** (1 подписчиков / трафик на сайт 4,68%)
<https://twitter.com/push4site>
- Остальные соц сети не найдены, хотя по данным SimilarWeb они есть.

По данным SimilarWeb этот бренд на сайт получает трафик из соц.сетей в размере 1,18%, в т.ч. наибольшее количества трафика приходит с Вконтакте 37,44%.



По данным сервиса JagaJam

- Это сообщество невозможно проанализировать, неверная ссылка или личный аккаунт



По данным Popsters (период 26.01.20-24.02.2020):

- **ERview 0,000% ; ERday 0,1060% ; ERpost 0,0530%**
- **наиболее активные дни недели: Пн (100%)наиболее активное время: 10:00 (100%)**
- **разделы:** лонгриды; видеозаписи; статьи;новости; анонс мероприятий; обсуждения; контакты.
- **вид сообщества:** открытое сообщество
- **аватар:** сделан в стилистике сайта
- **обложка:** статическая обложка, также сделана в стилистике сайта.
- **вид контента:** без единого стиля
- **Наиболее вовлекаемый контент :**за месяц был выложен один постя, вовлеченность сайта 0.

3.3. Вывод по анализу конкурентов

- **Вконтакте:** наибольший трафик наш 2 конкурент получает с социальной сети Вконтакте. Вывод: в Вконтакте нам необходимо начинать создавать активное сообщество. Обязательно в сообществе создать следующие разделы: лонгриды; видеозаписи; обсуждения; акции
- **YouTube:** наш 1 конкурент получает основной трафик из этой соц сети, при небольшом количестве подписчиков. Вывод: видео надо дублировать и специально создавать для канала YouTube
- **Facebook:** второй по трафику активности канал у наших конкурентов, наиболее подходящая соц сеть для продвижения нашего бизнеса Вывод, обязательно создаем активное сообщество с подходящей tone of voice для нашей ца.
- **Конкурсы, акции:** наши конкуренты не проводят различные конкурсы и акции в своих сообществах. Вывод, мы будем предлагать уникальные торговые предложения, которые не используют наши конкуренты, возможно этим мы и привлечем нашу ца, но этот момент нужно протестировать.
- **Видео:** конкуренты иногда выкладывают видео по различным тематикам и они набирают хорошее количество просмотров при малом количестве подписчиков. Вывод, этот факт можно учесть при планировании акции, конкурсов.
- **Конфликты:** не обнаружены
- **Негатив:** не обнаружены

- **Время публикаций:** для youtube дни недели Вт. Время: 17:00
Для Вконтакте дни недели Пн. Время: 10:00

4. Цели и стратегии продвижения

1. Долгосрочные цели

Цель: формирование положительного имиджа бренда

Стратегия: коммуникационная, она нацелена на формирование позитивного отношения потребителя к бренду.

KPI: через 6 месяцев, когда сформируется лояльная аудитория в сообществе, процент отписки из сообщества не должен составлять выше 1% от общего количества подписчиков.

Инструменты достижения долгосрочной стратегии:

- оперативная отработка негатива
- полезный контент
- дискуссионный контент
- работа с позитивом (акции, конкурсы)

2. Краткосрочные бизнес-цели

1. Facebook:

- увеличить количество подписчиков страницы с 0 до 50 подписчиков в месяц

2. ВКонтакте:

- увеличение количества членов сообщества с 0 до 50 подписчиков в месяц

3. Инстаграм: увеличение количества подписчиков с 0 до 100 человек в месяц

4. Youtube:

- увеличение количества подписчиков с 0 до 100 человек в месяц.

5. Основная часть

5.1 Портрет целевой аудитории

Настройка желаемой целевой аудитории варьируется в зависимости от конкретного курса. Ниже приведены некоторые примеры целевой аудитории, не только не только привлекательной по заданным параметрам, но и подходящей по размеру для эффективного таргета.

5.2 Целевая аудитория 1

Цель: привлечь ядро нашей ца

Пол: Мужской

Возраст: 25-35

География: Москва

Интересы: Онлайн-Реклама

Размер аудитории: Facebook 67 000 тыс

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Кампания' (Campaign) with a 'Цель' (Objective) dropdown, 'Рекламный аккаунт' (Ad account) with a 'Создать' (Create) button, 'Группа объявлений' (Ad set) with sub-options for 'Трафик' (Traffic), 'Динамические креативы' (Dynamic creatives), 'Предложение' (Offer), 'Аудитория' (Audience), 'Места размещения' (Placements), and 'Бюджет и график' (Budget and schedule), and 'Реклама' (Ad) with a 'Закреть' (Close) button. The main area shows a map of Moscow with a selected target area. Below the map, targeting options are set: 'Возраст' (Age) from 25 to 35, 'Пол' (Gender) as 'Мужчины' (Men), and 'Детальный таргетинг' (Detailed targeting) with 'Интересы > Бизнес и индустрия > Онлайн' (Interests > Business and industry > Online) and 'Онлайн-реклама' (Online advertising) selected. On the right, a 'Размер аудитории' (Audience size) section shows a gauge indicating a 'Потенциальный охват: 67 000 человек' (Potential reach: 67,000 people) and 'Приблизительные результаты за день' (Approximate results for the day) with an 'Охват' (Reach) of '1,0К - 3,0К' (1,000 - 3,000).

5.3 Целевая аудитория 2

Цель: подогреть интерес к услугам сервиса приближенной нашей ца

Локация: Москва

Пол: мужской

Возраст: 35-45 лет

Размер аудитории: в Вконтакте 62 000 тыс.

Персональный аккаунт

География: Города и регионы Выбрать на карте

Страна: Russia

Города и регионы: Москва X

Без учета: Начните вводить название города или региона

демография
Пол, возраст, день рождения, статус отношений

Пол: Любые мужчина женский

Возраст: from 35 to 45

День рождения: сегодня Завтра В течении недели

Отношения: Выберите статусы

интересы
Интересы, привычки, сообщества и приложения

Интересы и поведение: ИТ Услуги X fx

Добавить исключение

Целевая аудитория ?
62 000

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В НЕДЕЛЮ

Reach ?
2,2 - 3,7 млн

~ 0% целевой аудитории

Взгляды ?
7,3М - 12,2М

Бюджет, Р ?
890К - 1,4М

Этот прогноз основан на ваших настройках таргетинга и ценообразования. Больше

5.4 Целевая аудитория 3

Цель: привлечь новую аудиторию, которая не является нашей ца

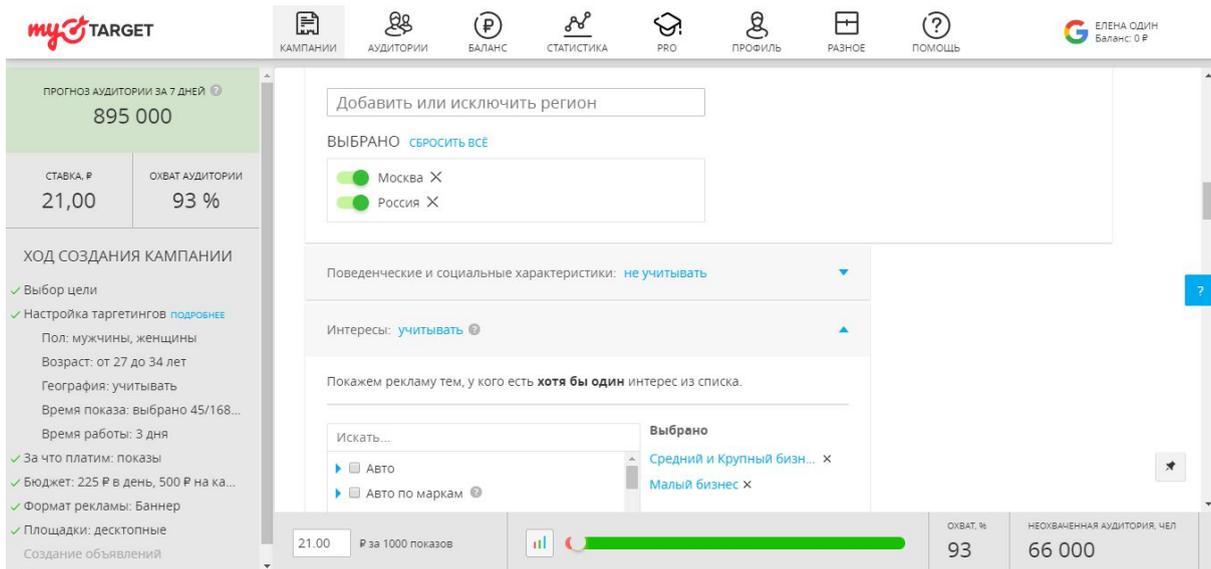
Локация: Москва

Пол: любой

Возраст: 27-34 лет

Интересы: Малый, средний и крупный бизнес

Размер аудитории: 780 тыс. Mytarget



6.Контент-план

Пример плана на 10 дней

Контент-план для Facebook

	День Понедельник	День Среда	День Пятница	День Воскресенье	День Вторник	День Четверг	День Суббота	День Понедельник	День Среда	День Пятница
	Дата 20.01.	Дата 22.01.	Дата 24.01.	Дата 26.01.	Дата 28.01.	Дата 30.01.	Дата 01.02.	Дата 03.02.	Дата 05.02.	Дата 07.02.
	Время 10.00	Время 10.00	Время 18.00	Время 18.00	Время 10.00	Время 10.00	Время 18.00	Время 10.00	Время 10.00	Время 18.00
Тема публикации	О нашей компании (кто мы, чем занимаемся и	Что такое пуш уведомления и как с ними работать?	Как настроить пуш уведомления на разных девайсах	Push-уведомления социальных сетей	Преимущества push-уведомлений и их сравнение с email-рассылкой, SMS и мессенджером	Интересно ли наше сообщество	Facebook запуск собственной платежной системы	Уникальное предложение от компании	Актуальные тренды продвижения в соцсетях на конец 2020 года	Как вы можете зарабатывать деньги в Интернете, сидя дома?

	почему мы?)		сях?							
Рубрика	О нас	Полезное	Полезное	Полезное	Полезное	UCG: Опрос	Полезное	О предложении	Полезное	Полезное
Формат	Текст + картинка/gif+ссылка	Видео	Видео	Лонгрид (Подборка)	Инфографика	Голосование	Лонгрид	Текст + картинка/gif+ссылка	Текст + картинка/gif+ссылка на видео	Лонгрид (Подборка)
Задача, которую решает пост	Вовлеченность	Вовлеченность	Вовлеченность	Виральность	Виральность	Сбор обратной связи	Виральность	Подогрев к продаже	Виральность	Виральность

Контент-план для Instagram

	День Понедельник	День Среда	День Пятница	День Воскресенье	День Вторник	День Четверг	День Суббота	День Понедельник	День Среда	День Пятница
	Дата 20.01.	Дата 22.01.	Дата 24.01.	Дата 26.01.	Дата 28.01.	Дата 30.01.	Дата 01.02.	Дата 03.02.	Дата 05.02.	Дата 07.02.
	Время 10.00	Время 10.00	Время 18.00	Время 18.00	Время 10.00	Время 10.00	Время 18.00	Время 10.00	Время 10.00	Время 18.00
Тема публикации	О нашей компании (кто мы, чем занимаемся и почему мы?)	Что такое пуш уведомления и как с ними работать?	Как настроить пуш уведомления на разных девайсах?	Push-уведомления социальных сетей	Преимущества push-уведомлений и их сравнение с email-рассылкой, SMS и мессенджером	Интересно ли наше сообщество	Facebook запускает собственную платежную систему	Уникальное предложение от компании	Актуальные тренды продвижения в соцсетях на конец 2020 года	Как вы можете зарабатывать деньги в Интернете, сидя дома?
Рубрика	О нас	Полезное	Полезное	Полезное	Полезное	UCG: Опрос	Полезное	О предложении	Полезное	Полезное
Формат	Текст + картинка/gif+сторис короткое видео о нас (защит	Видео (igtv)	Видео (igtv)	Сторис (подборка)	Инфографика(карточка + текст)	Голосование в сторис	Лонгрид	Текст + картинка/gif+сторис	Текст + картинка/gif	Текст + картинка/gif

	ь в актуальное)									
Задача, которую решает пост	Вовлечённость	Вовлечённость	Вовлечённость	Виральность	Виральность	Сбор обратной связи	Виральность	Подогрев к продаже	Вовлечённость	Вовлечённость

Контент-план для YouTube

	День Вторник	День Пятница	День Вторник	День Пятница	День Вторник	День Пятница	День Вторник	День Пятница	День Вторник	День Пятница
	Дата 21.01.	Дата 24.01.	Дата 28.01.	Дата 31.01.	Дата 04.02.	Дата 07.02.	Дата 11.02.	Дата 14.02.	Дата 18.02.	Дата 21.02.
	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00	Время 19.00
Тема публикации	О нашей компании (кто мы, чем занимаемся и почему?)	Что такое пуш уведомления и как с ними работают?	Как настроить пуш уведомления на разных устройствах?	Push-уведомления социальных сетей	Преимущества push-уведомлений и их сравнение с email-рассылкой, SMS и мессенджером	Настройка push-уведомлений на сайте	Настройка push-уведомлений на OpenCart	Уникальное предложение от компании	Раскрутка канала на YouTube: актуальные методы на конец 2020 года	Как заработать на пуш-уведомлениях и как работают push-уведомления?
Рубрика	О нас	Полезное	Полезное	Полезное	Полезное	Полезное	Полезное	О предложении	Полезное	Полезное
Формат	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи	Видео+ Текст + ссылка	Видео+ текст+ ключи	Видео+ текст+ ключи
Задача, которую решает пост	Вовлечённость	Вовлечённость	Вовлечённость	Вовлечённость	Вовлечённость	Вовлечённость	Вовлечённость	Подогрев к продаже	Вовлечённость	Вовлечённость

Примеры постов разных рубрик и форматов

Рубрика полезное

 **Zel.Biz**
21 декабря 2019 г. · 🌐

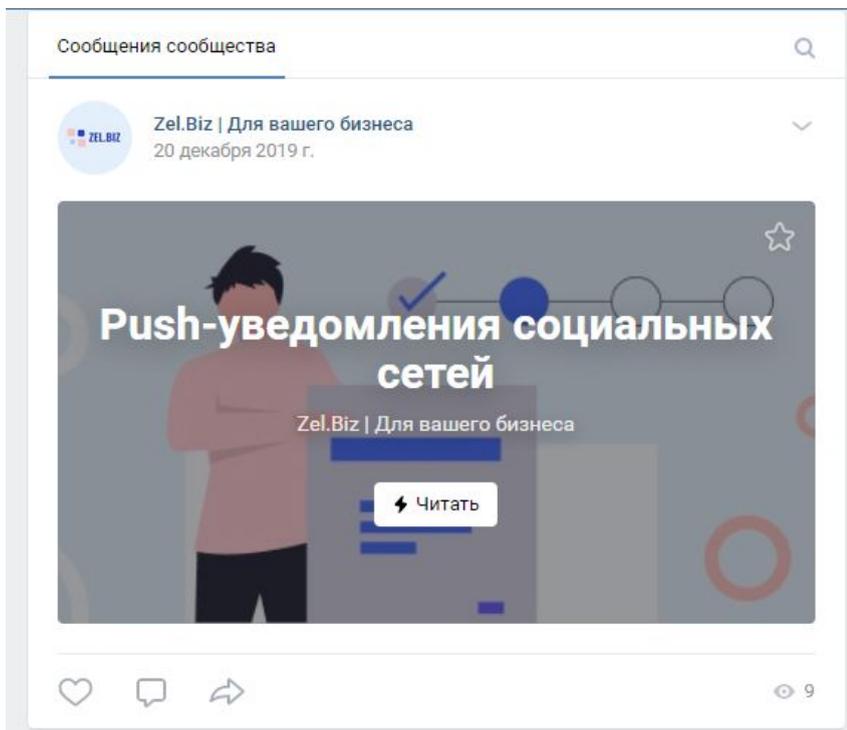
ЧТО ТАКОЕ PUSH-СООБЩЕНИЯ?

Сервис Push-рассылок – новый канал коммуникации с пользователями различных веб-ресурсов. Технология работает как через браузеры на разных ОС и позволяет демонстрировать пользователю контент, которых желает показать ему рекламодатель.

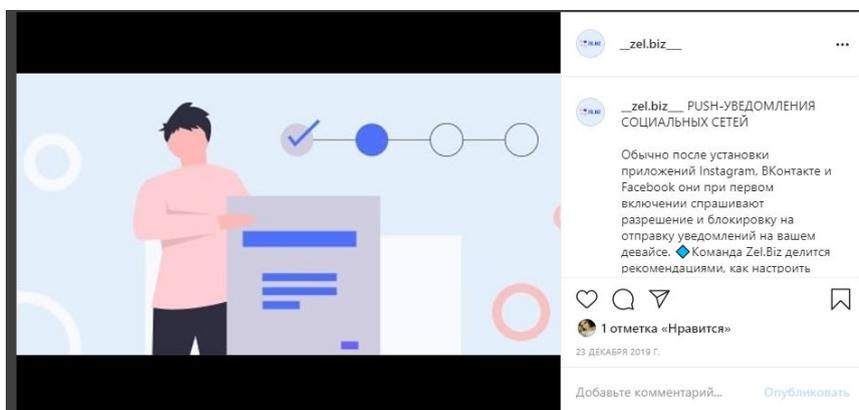
Web Push-уведомления используются маркетологами в разных целях:
... Ещё



Рубрика полезное



Рубрика полезное



7. Инструменты продвижения

Указанные ниже инструменты частично используются в соцсетях, частично требуют тестирования.

Комьюнити-менеджмент

Сети: Facebook, ВКонтакте, Инстаграм

Цель: привлечение и удержание лояльности новой аудитории

Сейчас комьюнити-менеджмент еще не используется, поэтому вовлеченность подписчиков еще нет.

Рекомендуется:

- использовать ВКонтакте блог Обсуждения для вопросов-ответов относительно как работает наш сервис
- вовремя обрабатывать негатив
- давать быструю обратную связь

Конкурсные механики и промо-активации

Сети: Facebook, ВКонтакте, Инстаграм

Цель: привлечение новой аудитории

Протестировать акционные предложения, посмотреть как аудитория будет реагировать

Рекомендуется:

- уникальные предложения для рекламодателей и веб-мастеров, чего они не смогут получить у наших конкурентов
- бесплатные пуш-уведомления при регистрации на сайте

Таргетированная реклама (включая ретаргетинг, парсинг, lookalike)

Сети: Facebook, ВКонтакте

Цель: привлечение новой аудитории, увеличение переходов на сайт на конкретные продающие страницы

Будет таргетированная реклама использоваться для отдельных страниц и создает основной объем трафика из соцсетей, а также привлекает новых подписчиков. Ретаргетинг и парсинг не используются.

Рекомендуется:

- при таргетированной рекламе устанавливать метки на ссылки для отслеживания количества переходов на указанные страницы
- протестировать разные виды таргетированной рекламы ВКонтакте
- использовать ретаргетинг для отдельных предложений
- парсинг по подписчикам конкурентов
- протестировать lookalike

Органическая реклама (биржи постов)

Сети: Facebook, ВКонтакте, Инстаграм

Цель: привлечение новой аудитории, увеличение трафика на конкретные продающие страницы сайта

Рекомендуется: протестировать

Работа с адвокатами и амбассадорами бренда

Сети: Facebook, ВКонтакте, Инстаграм

Цель: удержание и увеличение лояльности новой аудитории

Рекомендуется: поощрять постоянных активных пользователей скидками на наши услуги.

Виджеты на сайте

Сети: Facebook, ВКонтакте, Инстаграм

Цель: привлечение в соцсети новой аудитории, приходящей из рекламы и поисковиков

Рекомендуется: установить виджеты всех сетей, но не навязчиво, предпочтительно в нижней части посадочной страницы или в правой (смотреть по Яндекс.Метрике)

Емейл-рассылка

Цель: удержание и увеличение лояльности существующей аудитории

На сегодняшний момент активно используется для увеличения трафика на сайт.

Рекомендуется: использовать также для привлечения респондентов в группы во всех соцсетях.

Таргетированная рассылка сообщения

Сети: ВКонтакте

Цель: увеличение трафика на сайт на конкретные продающие страницы

Рекомендуется: протестировать

Чатботы

Цель: удержание и увеличение лояльности новой аудитории

В настоящий момент не используются.

Рекомендуется: протестировать чатботы в Facebook, как в самой активной на сегодняшний момент соцсети

Массфолловинг

Не планируется использовать, так как вызывает негатив у пользователя, а наша цель - создание лояльной заинтересованной аудитории, пусть и меньшего объема, чем при массфолловинге.

Масс-инвайтинг

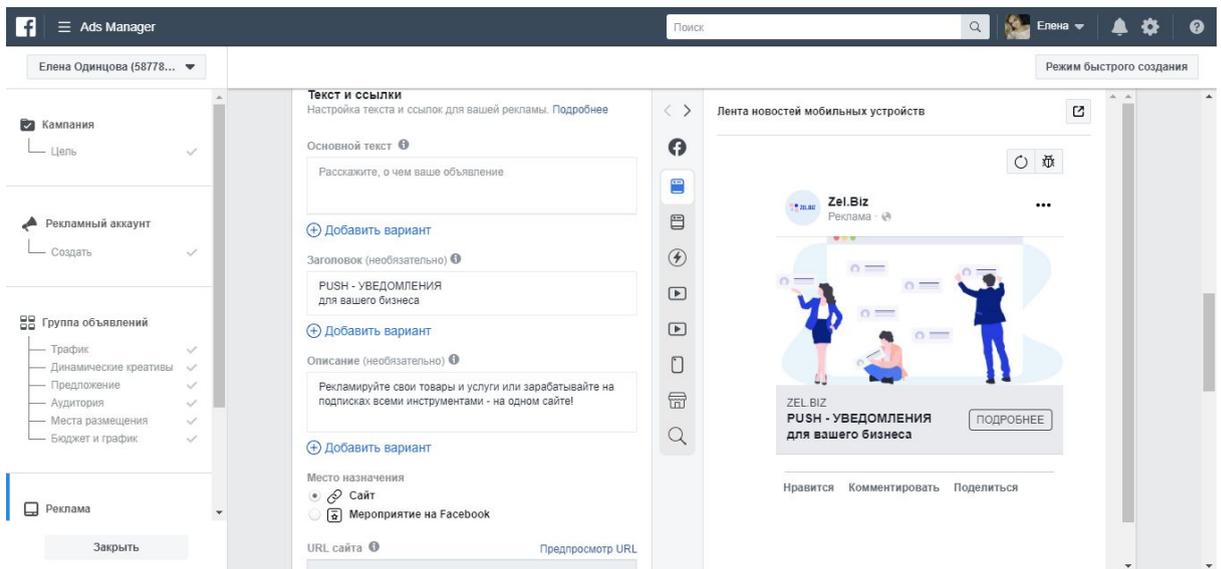
Сети: Facebook, Инстаграм

Цель: удержание и увеличение лояльности новой аудитории,

Рекомендуется: возможно ограниченное использования для приглашения новой аудитории, а также для привлечение внимания существующей аудитории к особо значимым мероприятиям и проектам компании.

Пример таргетированной рекламы в Facebook

Реклама настроена на мужчин 25-35 лет, локация Москва, Санкт-Петербург



Пример таргетированной рекламы ВКонтакте

Реклама настроена на мужчин 25-35 лет, локация Москва, интерес онлайн-реклама.

Название кампании:	jhgtrew
Ежедневный бюджет:	R200
Лимит объявлений:	R300
Стоимость за тысячу:	R201.27
Дата запуска:	11 марта в 9:00
Дата окончания:	13 марта в 18:00
График:	Мо, Ту, Мы, Чт, Пт: 9:00-10:00, 17:00-18:00
Где показывать мои объявления:	Настольная версия
Просмотры на пользователя:	Ограничить до 3 просмотров на пользователя
Категории:	Бизнес
Экономия аудитории:	нет
Дата создания:	сегодня в 19:27
Целевая аудитория:	5200 человек
Город:	Москва, Россия
Демография:	Мужчины от 25 до 35 лет
Интересы и привычки:	ИТ Услуги
Группы:	Церебро Таргет
Ссылка на сайт:	http://vk.com/wall-189925436_17

Пример таргетированной рекламы в Mytarget

Реклама настроена на мужчин 25-35 лет, локация Москва, Санкт-Петербург, интерес малый бизнес.

Объявления

Увеличить объявления



8.Смета

Смета рассчитана на период 1 месяц для ключевой сети Facebook. Исходя из краткосрочной цели, планируется привлечь 50 новых подписчиков.

Формат: пост в ленте новостей

[медиаплан на месяц Facebook](#)

Охват	402– 1,2K
-------	-----------

Частота	Пн-Пт 10:00 и 17:00
Показы	25 000
CTR%	1,0%
СРМ р.	50 р.
Клики	250
Конверсия из переходов в целевое действие	5%
Вступление в группу	50
Стоимость целевого действия	50,00 р.
Бюджет	1500 р.

9.Выводы

Основной сетью проекта в бюджет является Facebook.

Рекомендуется с помощью хорошо спланированного контента, таргетированной рекламы, емейл-рассылок и других обозначенных выше инструментов увеличить количество подписчиков и охват, а также количество переходов по ссылкам.

В социальной сети ВКонтакте рекомендуется протестировать таргетированную рекламу, работу с блогерами и биржами, а также обратить внимание на раздел Обсуждения, отличный от функционала Facebook.

Социальная сеть Инстаграм может вызвать наибольшие сложности, так как контент проекта маловизуальный. Тем не менее рекомендуется сохранять сеть в качестве имиджевой составляющей, наращивая аудиторию с помощью конкурсных механик, работы с блогерами и партнерами. Период тестирования - до конца текущего года. Если ощутимых результатов (увеличение подписчиков, переходы на сайт через профиль) работа с сетью не принесет, перенести усилия на ВКонтакте.

В перспективе развивать youtube-канал с оригинальным контентом, а также протестировать недорогие продукты компании в Одноклассниках.