

# КОНТЕНТ - СТРАТЕГИЯ

ФУНДАМЕНТ SMM

# ШАГ 1

## МОЙ ТОВАР:

- ТОЧНО ОПРЕДЕЛИТЬ УСЛУГУ
- ЗА ЧТО ЧИТАТЕЛИ БУДУТ ПЛАТИТЬ КЛИЕНТУ ДЕНЬГИ
- ДЕТАЛИЗИРОВАТЬ ПРОДУКТ, РАСПИСАТЬ ДОП. ЧЕКИ



# ШАГ 2

## ИЗУЧЕНИЕ СМЕЖНЫХ ТЕМ:

- СТАТЬИ В ИНТЕРНЕТЕ
- МНЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ
- НАЙТИ ПО 5 УДАЧНЫХ ГРУПП В 3 СОЦ. СЕТЯХ
- ПОЛУЧИТЬ У ЗАКАЗЧИКА ВСЕ ИМЕЮЩИЕСЯ У НЕГО МАТЕРИАЛЫ (ЛОГО, ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА, ФОТО, ВИДЕО, ДОСТУПЫ О ИМЕЮЩИХСЯ ГРУПП, КОНТАКТЫ ДЛЯ РАБОТЫ)
- ИЗУЧИТЬ ПОЛИТИКУ ЗАВЕДЕНИЯ (АКЦИИ, РОЗЫГРЫШЫ, РЕЖИМ РАБОТЫ, КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ, МЕРОПРИЯТИЯ, ФИШКИ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАКАЗЧИКА, НАПОЛНЯЕМОСТЬ ЗАВЕДЕНИЯ, НА ЧТО НАДО СДЕЛАТЬ АКЦЕНТ, ЕГО ЗАПРОС)

# ШАГ 3

## КТО НАШ КЛИЕНТ?

(ДЕТАЛЬНО РАСПИСАТЬ, КОМУ ИНТЕРЕСЕН  
НАШ ТОВАР - СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС, ВОЗРАСТ,  
УВЛЕЧЕНИЯ, 5 - 10 ПУНКТОВ)



# ШАГ 4

## О ЧЕМ ДУМАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ?

1. ЗАЧЕМ ЕМУ НУЖЕН НАШ ТОВАР?
2. ПОЧЕМУ КУПИТЬ НАДО ИМЕННО СЕЙЧАС?
3. ПОЧЕМУ КУПИТЬ ИМЕННО У НАС?
4. О ЧЕМ ДУМАЕТ, ДЕЛАЯ ЗАКАЗ
5. КАКУЮ ПОТРЕБНОСТЬ ТОВАР УДОВЛЕТВОРЯЕТ (ПЕРЕЧИСЛИТЬ ФИЗИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ)
6. НА КАКУЮ БОЛЬ ОТВЕЧАЕТ НАШ ПРОДУКТ
7. ЧЕМ НАШ КЛИЕНТ МОТИВИРУЕТСЯ





# ШАГ 5

## ВИДЫ ПОСТОВ:

- Коммерческие посты
- Факты
- Истории
- Фан - релакс



# ШАГ 6

## ОПИСАНИЕ 15-20 ВИДОВ КОММЕРЧЕСКИХ ПОСТОВ

- Мотивирующий
- О продукте
- О компании
- Виды услуг
- Фишки - особенности
- Анонс мероприятий
- Знакомство с персоналом
- История/миссия и т.д.



# ШАГ 7

ОПРЕДЕЛЯЕТЕ НАИБОЛЕЕ УДОБНОЕ ВРЕМЯ ПУБЛИКАЦИИ ПОСТОВ  
ДЛЯ ВАШЕГО ЗАВЕДЕНИЯ:

- Будни дни: 11.00 - 12.30, 15.30 - 16.30, 20.30 - 23.00
- Суббота 13.00 - 16.00
- Воскресенье 19.00



# ШАГ 8

СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА ПУБЛИКАЦИЙ НА НЕДЕЛЮ

## ПОНЕДЕЛЬНИК

- 1. ...
- 2. ...





# СРЕДА

- 1. ...
- 2. ...



# ЧЕТВЕРГ

- 1. ...
- 2. ...



# ПЯТНИЦА

- 1. ...
- 2. ...



# СУББОТА

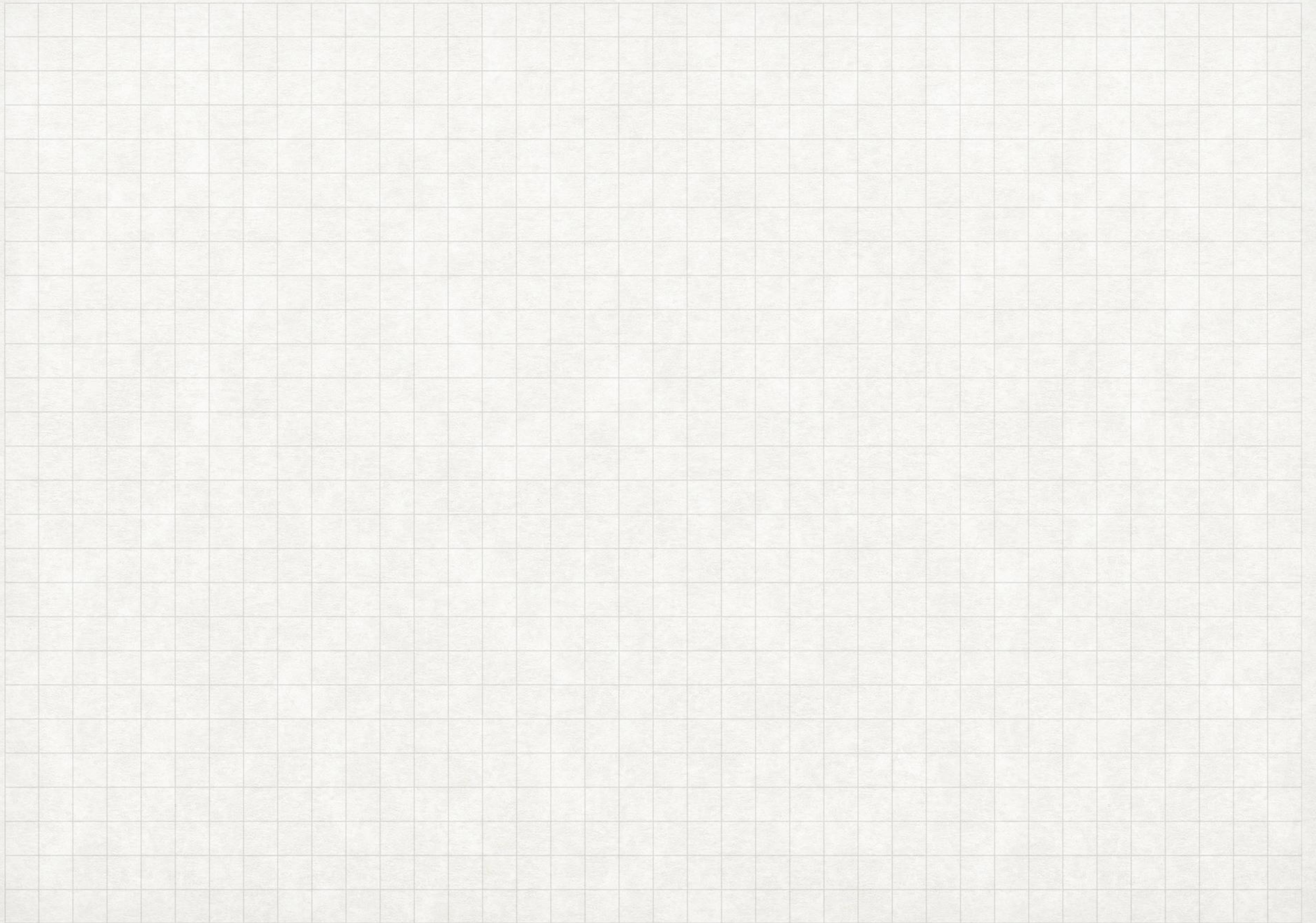
- 1. ...



# ВОСКРЕСЕНЬЕ

- 1. ...







СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ