



Стратегия ведения бренда в социальных сетях

Цели SMM:

- Привлечение и удержание подписчиков
- Увеличение количества продаж посредством социальных сетей

Нам важно создать образ провокационного бренда-друга. У BBQ SHAVERMA нет ограничений, весь мир в твоих руках.

Кредо: Живи здесь и сейчас. Одним днём.

Настроение «на одной волне» передается во всех текстовых коммуникациях: посты, ответы на комментарии, скрипты



Цель стратегии присутствия в социальных сетях: привлечение новых клиентов

Социальные сети – мощный инструмент для выстраивания долгосрочных отношений с конечным потребителем.

Формат быстрого питания – это то, что потребитель может использовать достаточно часто. Вплоть до ежедневной основы. Важно постоянно удерживать позитивное внимание клиента, устранять негатив и повышать лояльность. Основной упор в стратегии присутствия в социальных сетях делается на качественный контент и продвижение.

Задача: создать сообщество – друга, который находится на одной волне с клиентами. Он молод, любит провокации, говорит с аудиторией на одном языке, всегда развеселит и не будет навязывать стандарты. BBQ SHAVERMA транслирует настроение свободы.

Целевая аудитория, на которую ориентируемся



Вася, 24 года

Фрилансер

Постоянно находятся в поиске себя, любит путешествовать и не готов принимать «обыденный образ жизни»: дом-работа-дом. Вася любит экстремальные виды спорта и не обделён вниманием девушек.

Любит «взрослые» мультфильмы вроде «Рик и Морти», «Мистер Пиклз»,
«Король Звездный Король»



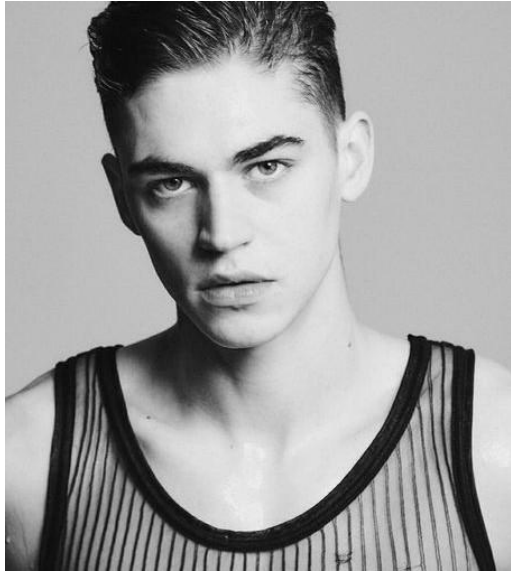
Маша, 19 лет

Студентка

Маша учится на культуролога, не понимает, чего она хочет от жизни и вписывается в любую дружуху: походы, кемпинги, вечеринки, концерты. Ее жизнь насыщена, но неопределенна.

Маша легко находит общий язык со всеми и всегда становится

Целевая аудитория, на которую ориентируемся

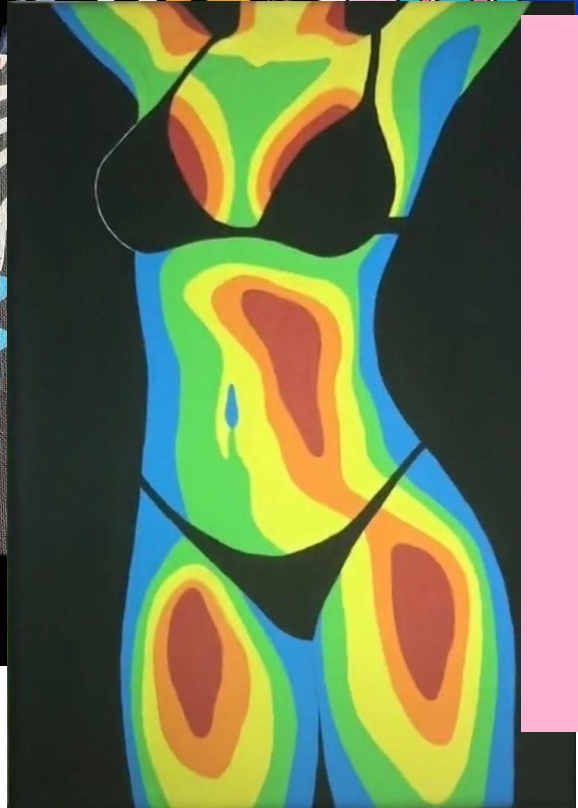
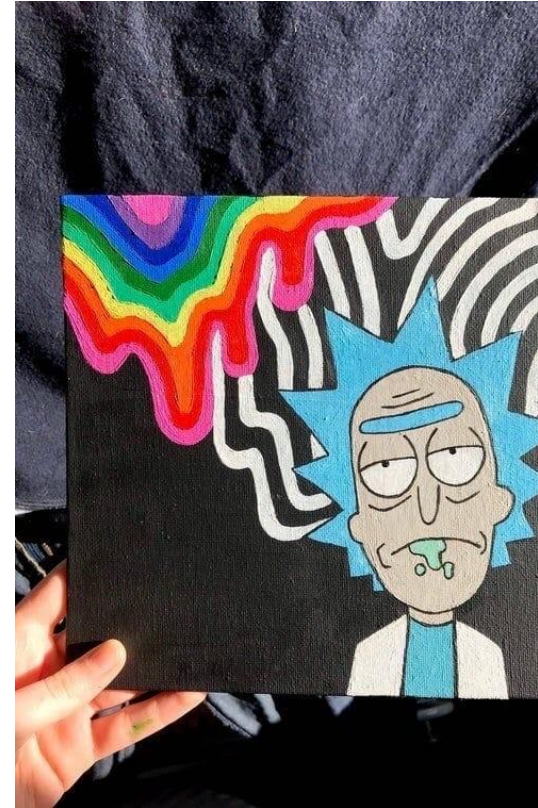
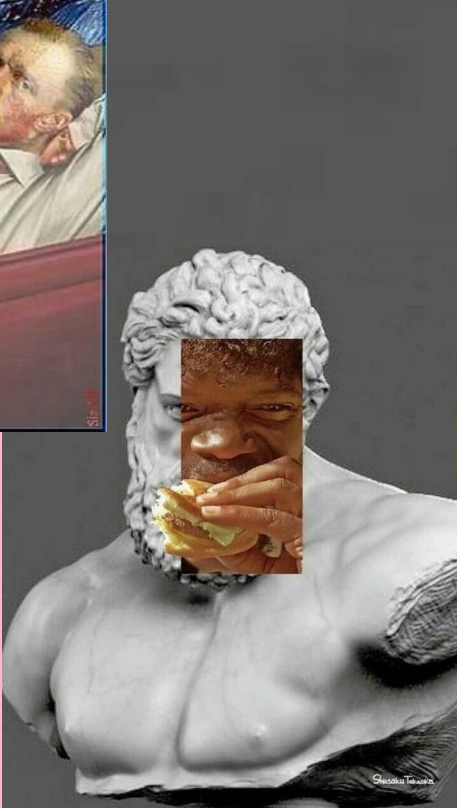


Костя, 27 года

Фотограф/видеограф

Костя душа компании. Ему нравится его работа и он любит творить. Считает, что коммерческая съемка зажимает его в тиски, поэтому он постоянно придумывает собственные проекты.

Костя постоянно куда-то торопится, но заботится о себе. Ему важно качество. Он любит красивые вещи и очень подвластен брендингу. Предпочитает выбирать глазами или трендами, не читает отзывы.





Контент. О чем пишем?

Мы предлагаем избавиться от обезличенности бренда. Основной сегмент аудитории – молодые люди 17-30 лет. Поэтому в коммуникации мы предлагаем использовать именно эти образы: фрилансер, гик, тусовщица, студентка и так далее. Они не любят долго ждать и предпочитают получать все здесь и сейчас.

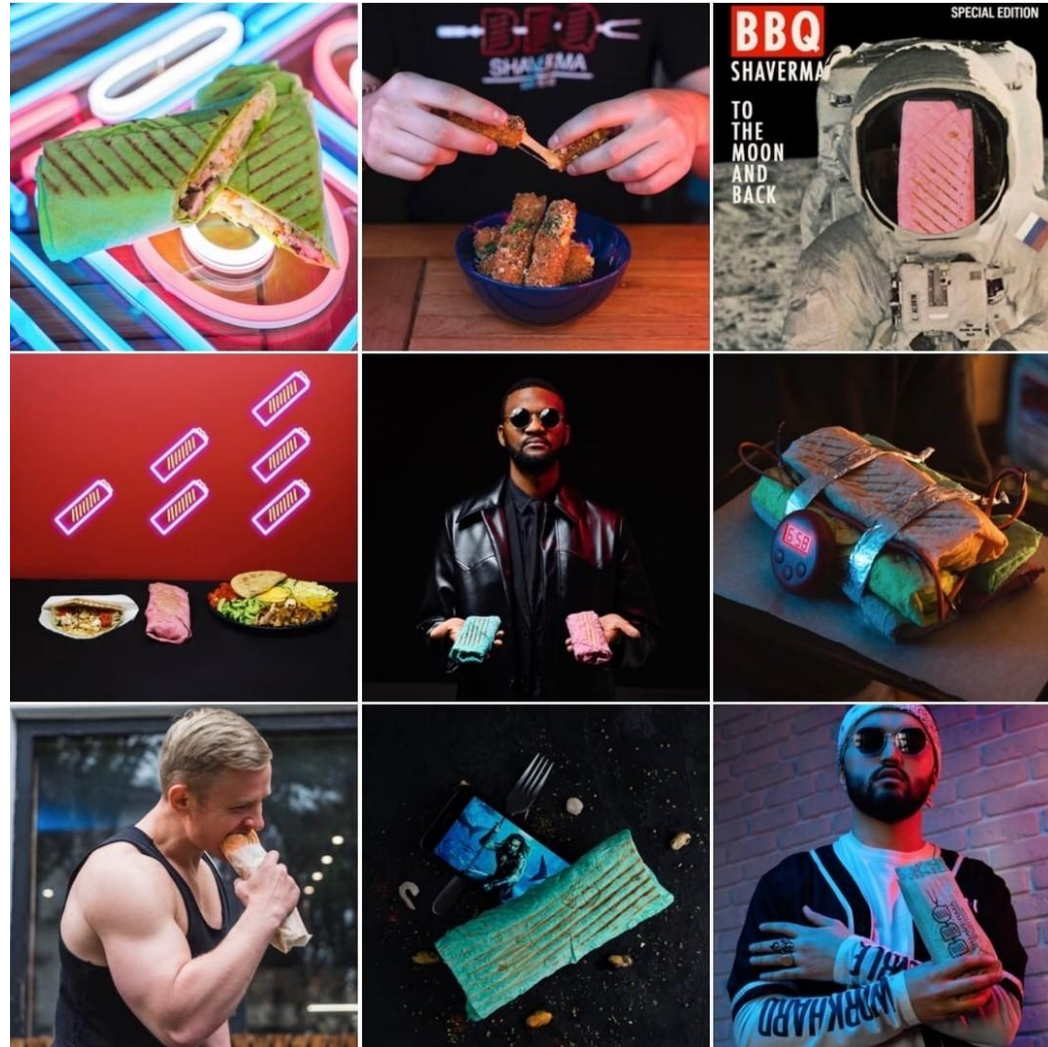
Долой скуку! **Мы** входим в ритм аудитории. Мы любим играть, смеемся над повседневными ситуациями, разбираемся в технике, следим за трендами, принимаем решения быстро.

Общение с подписчиками всегда на «ты». Мы можем использовать сленг, но умеренно и уместно

Развлекательный контент (7 постов)	Коммерческий контент (6 постов)	Информационный контент (2 поста)
Real time Life	Marketing photo content - фото товаров Customer photo content - пользователи с товарами	Новости компании
FUN	Промо активации - конкурсы, квесты, марафоны	
Игровые активации	Акции, промо, промокоды, и спец. предложения	
Опросы		
Сторитейлинг, обзоры		



Раскладка на 7 дней. Instagram



Посты ВК / Instagram



Йоу!
Сегодня ты быстрый, дерзкий и четкий!

Музыку —
включил
Проблему —
решил
Зашел в BBQ SHAVERMA — съел

Не будем тормозить процессы, а просто ждём тебя:

М. Чернышевская, Чайковского,
57 М. Маяковская, Марата, 14
М. Василеостровская, Большой проспект Васильевского острова, 32/12

Всем супергероям нужна СИЛА
Прежде чем защищать других — защити себя от голода

А далее дело за малым.
Горы и море свернуть легче вместе с морской BBQ Shaverma с треской в темпуре

Ставь лайк, если это твоя любимая
шаверма А если нет, то пиши какая в



Посты ВК / Instagram



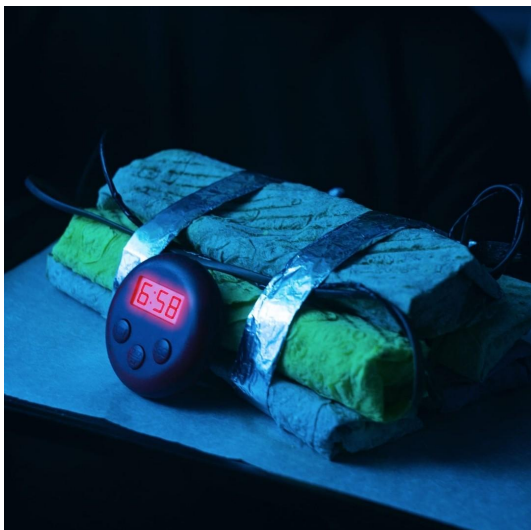
Ты наешься и точка.

—Шаверма из настоящего фермерского мяса, свежих овощей и сочного соуса

— Вес фирменной шавермы = 500 г

—Это именно та шаверма, которая насыщает, но не вызывает чувства переедания

А еще мы дарим сегодня(акция)



Играем?

Правила простые:

первый игрок пишет слово, следующий игрок пишет ассоциацию на это слово

Мы начинаем!

— Первое слово: БОМБА

Посты ВК / Instagram



Ни рыба, ни
мясо? БЕРИ
ОБЕ!

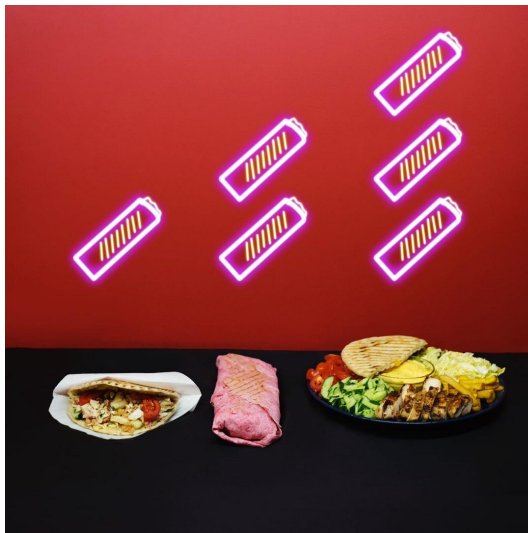
BBQ Shaverma — это street food нового уровня

— 20 видов шавермы: с курицей, свининой, говядиной, треской
и вегетарианская шаверма

— Начинка высокого качества, фермерское мясо на углях

— РАЗНОЦВЕТНЫЙ ЛАВАШ

Не можешь определиться? Бери несколько и найди
любимчика



Забери скидку в

15% Как? Легче

простого

— Угадай все 3 блюда на фото

Первые 3 угадавших получают скидку в 15% на любое блюдо

Ведение аккаунтов.

Ведение двух аккаунтов VK и Instagram BBQ

Что входит?	Количество	Комментарии	
Разработка контент-плана + постинг ВК и инст	До 15 постов в месяц	Дуближ постов	
Сториз . несколько в неделю в разные точки. Съемки согласно плану	3-5 в день	Инста + ВК. Визуальное оформление	
Фотосъемка	1 раз в месяц	Организация съемки , согласование времени.	
Разработка концепции фото/видео съемок и проведение	1-2 раза в сесяц	Согласование с фотографом. Прописание тех.задания для фотографа	
Работа с блогером(курирование и техническое задание)	5-10 месяц	Работа с платформой GetBlogger. Рассылка приглашений. Пропись тех. заданий. Контроль выкладки. Согласование бюджета.	
Работа с отзывами на площадках : Яндекс, 2Гис, Гугл и т.д.	Ежедневно , 1 раз в 2дня	Подготовка отчета отзывов. Ответы на отзывы	
Работа с комментариями и сообщениями в социальных сетях: Инста, ВК	Ежедневно	Своевременные ответы на сообщения в соц. Сетях.	
Работа с рекламными площадками города: Куга Го, 2Гис, Яндекс	?	?	