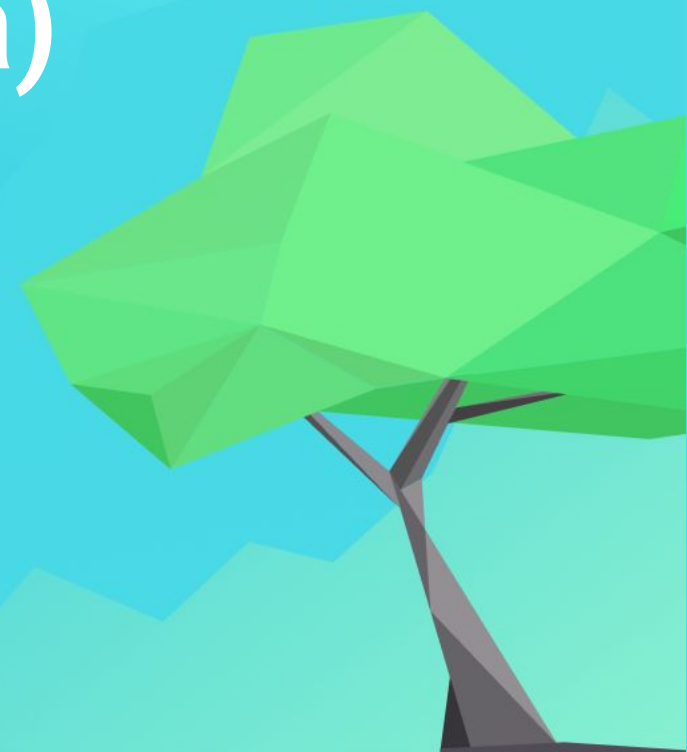


# SMM стратегия (название бренда/продукта)

(Имя автора) (Дата составления)



# Ключевые вводные

- Бренд / продукт
- Целевая аудитория
- Задача для SMM

Часть 1.

# Анализ конкурентов

# Конкурентное окружение

# Количественный анализ: ВКонтакте

	Ваш бренд	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
Кол-во подписчиков					
Охват					
ER (posts)					
ER (view)					

# Количественный анализ: Instargam

	Ваш бренд	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
Кол-во подписчиков					
ER (posts)					

# Количественный анализ: Facebook

	Ваш бренд	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
Кол-во подписчиков					
ER (posts)					

# Количественный анализ: Одноклассники

	Ваш бренд	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4
Кол-во подписчиков					
ER (posts)					



# Анализ контента

- Как конкуренты показывают продукт?

# Анализ контента

- Как конкуренты продают через соцсети?

# Анализ контента

- Какие конкуренты используют вовлекающие механики и конкурсы?

# Ключевые сообщения

# **Стратегическая задача с точки зрения конкурентного позиционирования**

Часть 2.

# Анализ аудитории

# Сегментация

# Оценка объемов аудитории



# Стратегическая задача с точки зрения анализа аудитории

# Анализ бренда / продукта

# УТП / Brand Pillars

# Стратегическая задача с точки зрения бренда

**Проблема**

**Решение**

# Background

**Креативные решения**

# Эмоциональный портрет целевой аудитории



# Ключевой инсайт аудитории

# Big IDEA

# Визуальный стиль (moodboard)

# Контентная матрица

# Идеи для конкурсов

# Идеи интеграций с блогерами

# Медийная стратегия

# Выбор инструментария



# ORM (Online reputation management) и чат-боты

**KPI**

**KPI**

**Спасибо!**