

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!