

Молочные Горки

Концепция продвижения бренда в соцсетях

Цели

Укрепить позиции бренда в социальных сетях

Повысить узнаваемость среди целевой аудитории

Задачи

Разработать стратегию присутствия в социальных сетях

Предложить креативную идею, которая выделит бренд на фоне конкурентов

Предложить инструменты для рекламного продвижения

Бренд

Бренд натуральных молочных продуктов
Изготавливает продукцию только из натурального молока

Продукты в портфеле:

Молоко

Кефир

Сметана

Масло

Преимущества

Функциональные
Высокое качество продуктов

Эмоциональные
Забота о здоровье каждого
покупателя

Тенденции в отрасли

Среди тенденций – рост популярности кисломолочной продукции. Интерес к йогуртам подогревает европейский выбор осознанного и здорового питания

Тренды в социальных сетях

Stories

Количество публикуемых сторис пользователями и брендами увеличивается в геометрической прогрессии. Люди постепенно понимают, что удобнее потратить меньше времени и посмотреть большое количество емкой, быстрой информации проще.

Тренды в социальных сетях

Nano influencers

Более 82% людей, которым нравится контент инфлюенсеров отметили, что совершили покупку благодаря инфлюенсерам.

Аудитория перестает верить крупным блогерам и лидерам мнений из-за наигранной нативности и подачи контента.

Более честная и живая подача станет новым трендом.

<https://rb.ru/>

Тренды в социальных сетях

AR и VR

Благодаря внедрению сетей 5G и общему развитию технологий, “дополненная реальность” и “виртуальная реальность” станут более продвинутыми и доступными. Начиная от масок в instagram и заканчивая подбором одежды и мебели

Тренды в социальных сетях

Интерактивный и UGC-контент

91% пользователей ищут больше интерактивного контента, как следствие контент-маркетинг будет подстраиваться под рынок.

видео, вопросы, викторины и опросы - это всего лишь несколько примеров интерактивного контента.

Основными причинами популярности такого контента станут: новизна и оригинальность, возможность удержать пользователя, возможность получать больше earned media и

Коммуникационная задача

Донести до аудитории, что продукты «Молочные горки» – это повод собраться всей семьей за одним столом.

ЦА

Первичная - женщины 28-45 лет. Любят готовить дома и следят, чтобы продукты на кухне были всегда свежие. При выборе молочных продуктов в первую очередь ориентируется на натуральность состава и личный опыт. Могут приготовить 20 блюд с добавлением творога

Высоко ставят семейные ценности и заботятся о здоровье членов семьи

Идея

Бюро создания особенных семейных моментов

Суть

Все знают, что молочные продукты полезны. А еще они идеальный инструмент для создания уютных, трогательных и просто приятных моментов. С помощью молочных продуктов мы показываем свою заботу и теплоту отношения

Эти моменты, которые мы создаем вместе с продуктами «Молочные Горки», мы и будем транслировать аудитории

Каналы коммуникации

VK

INSTAGRAM

Одноклассники

Одноклассники

Аудитория, которая сконцентрирована на площадке — это люди, ценностью которых являются традиции, семейные ценности. В их рационе содержатся много молочных продуктов. Эту площадку мы превращаем в уютный семейный уголок со своими традициями.

Вконтакте

Накапливаем полезный капитал!

Вконтакте станет площадкой для комьюнити людей, которые уделяют внимание продуктам и их пользе для здоровья. Получая полезный контент, общаясь и обмениваясь мнениями с другими единомышленниками, реально накопить полезные знания и сформировать определенный образ жизни.

Instagram

Фокусируемся на яркий и живой контент с селф-мейд фото.

Структура коммуникации в социальных сетях

Регулярный контент

Транслируем
эмоциональные и
функциональные
преимущества продукта

Спецпроекты

Инфлюенсеры

Рубрикатор

Любимые моменты

В связке с продуктами Молочные Горки предлагаем аудитории варианты для совместного времяпрепровождения и узнаем их у подписчиков

Семейные рецепты

Делимся рецептами на основе молочных продуктов и соотносим их с каким-нибудь поводом или моментом из жизни

Моменты из детства

Рубрика, в которой вспоминаем типичные моменты из детства, связанные с молочными продуктами. Бонусом говорим о богатстве традиций бренда

Ингредиенты счастья

Интерактивные посты, в которых мы просим отгадать, какого ингредиента не хватает для полного состава блюда или выбрать самые подходящие на свой вкус

Примеры публикаций

Любимые моменты

Очередное морозное утро станет
чуть теплее, если на завтрак для
всей семьи приготовить нежные сырники

В этом деле вам обязательно
пригодится творог «Молочные горки»

Как это утро провели вы?

Семейные рецепты

Мы знаем, какое блюдо всегда вызывает улыбки в доме – это оладьи!
А с нашим кефиром – особенно.
Ну что, попробуем?

Для приготовления вам потребуется

Кефир — 0,5 л

Яйцо куриное — 1 шт.

Сахар и соль по вкусу — 1,5 ст. л.

Мука пшеничная — 2,5 стак.

Сода — 0,5 ч. л.

Масло растительное (для жарки)

Смешайте ингредиенты. Выложите тесто столовой ложкой на раскаленную сковороду, добавив сливочное масло. Обжарьте по несколько минут с обеих сторон до зарумянивания. И все – пышные оладьи готовы радовать вас!

А какое блюдо с молочными продуктами вызывает у вас самые приятные ассоциации?

Моменты из детства

Молоко и овсяное печенье – идеальное сочетание, которое крепко ассоциируется именно с детством.

А у вас есть детские воспоминания, связанные с молоком?

Ингредиенты счастья

Что может быть лучше свежего натурального творога?
Только творог с фруктами и ягодами!

Выберите подходящие фрукты и ягоды на картинке и
напишите ваш рецепт!



реф

Рубрики в stories

Продуктовая

В качестве персонажа вводим коровку с логотипа бренда. От ее лица задаем вопросы аудитории о новых продуктах, квизы и тесты для вовлечения

Город молока

Публикуем короткие видео и фото с производства

Молочная статистика

Регулярно публикуем интересные цифры про молочную продукцию: сколько молока реализовано, сколько калорий в сыре, и другие важные цифры из мира молочной продукции

Спецпроект

Блогеры делятся в видео своими любимыми моментами, которые связаны с молочными продуктами: будь то завтрак или пикник на природе

В этих же постах они интересуются у аудитории, какие приятные моменты получается создавать с помощью продуктов «Молочные Горки». Лучшие ответы получают подарки

Цель: охват и вовлеченность

Тональность

Мы используем уважительный тон и общаемся с аудиторией на вы. При этом избегаем официоза, иногда можем пошутить.

Важный посыл - эмоциональность в подаче, создание теплой и уютной атмосферы на всех площадках. А также открытость и готовность предоставлять ту информацию, которую наша аудитория не найдет в открытых источниках. Именно поэтому будет важно работать в связке с представителем бренда.

Комьюнити менеджмент

- Направлен на рост показателей вовлеченности, формирование и развитие активной аудитории, т.е. “фанатов” и “адвокатов” бренда.
- **Включает в себя:**
 - Модерацию органической активности (ответы)
 - Стимулирование и создание искусственной активности
 - Обработка запросов в direct
 - Нивелирование негатива
 - Ведение базы активных пользователей
 - Развитие комьюнити
 -

Продвижение

Для продвижения контента предлагаем использовать два направления:

- охватные кампании
- кампании на вовлечение для публикаций на странице
- скрытые продуктовые посты для продвижения новинок, акций и др.

Таргет

Как будем таргетироваться на аудиторию:

По соцдему
потребления

Женщины 28-45
РБ

По интересам

Продукты питания
здоровье
семья и традиции
зож

По ситуациям

По утрам (завтраки)
ситуативно (масленица, пасха, 8
марта и тд)

Контакты