



Десертайм

РЕШЕНИЕ КЕЙСА "ДЕСЕРТАЙМ"

СЕКЦИЯ "МАРКЕТИНГ"

Работу выполняли: Минина Татьяна, Бочкарева
Елизавета, Семенова Ксения, Щербакова Дарья,
Шаповалова Анна

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Минина Татьяна: руководство рабочим процессом, создание контента для Instagram, дизайн интернет-продуктов;

Бочкарева Елизавета: разработка и создание стикеров, создание QR-кодов, дизайн проекта;

Щербакова Дарья: написание текста выступления, разработка digital-программы продвижения сырков «Десертайм»;

Шаповалова Анна: руководство брэйн-штурмом, разработка digital-программы продвижения сырков «Десертайм»;

Семенова Ксения: разработка идей для проекта, программы продвижения.



ЦЕЛЬ

Перезагрузка марки
глазированных сырков
"Десертайм"
посредством digital-
маркетинга

ЗАДАЧИ

1. Разработать digital- программу продвижения сырка Десертайм;
2. Разработать промо-программу для федеральных сетей для сырка Десертайм, в т.ч. трейд-маркетинг;
3. Связать Digital и продвижение в магазине.

Преимущества использования социальных сетей

включают в себя:

- Повышение узнаваемости бренда;
- Постоянное взаимодействие с подписчиками;
- Экономическая эффективность;
- Увеличение трафика на вашу веб-страницу;
- Возможность охватить молодую аудиторию.

**Статистика показывает, что 96% подростков смотрят видео на Ютуб
59% пользователей Instagram моложе 25 лет**

Разработка digital программы продвижения

сырков «Десертайм»:

Концепция: создание персонажа, который будет ассоциироваться у потребителей с данной продукцией.

Целью данной программы является развитие у молодой аудитории ассоциаций слитков «Десертайм» с конкретным персонажем, а также привлечение внимания к бренду.



**Персонаж для сырков
«Десертайм»- Сир Глэйз
(Глазированный сырок)**

План

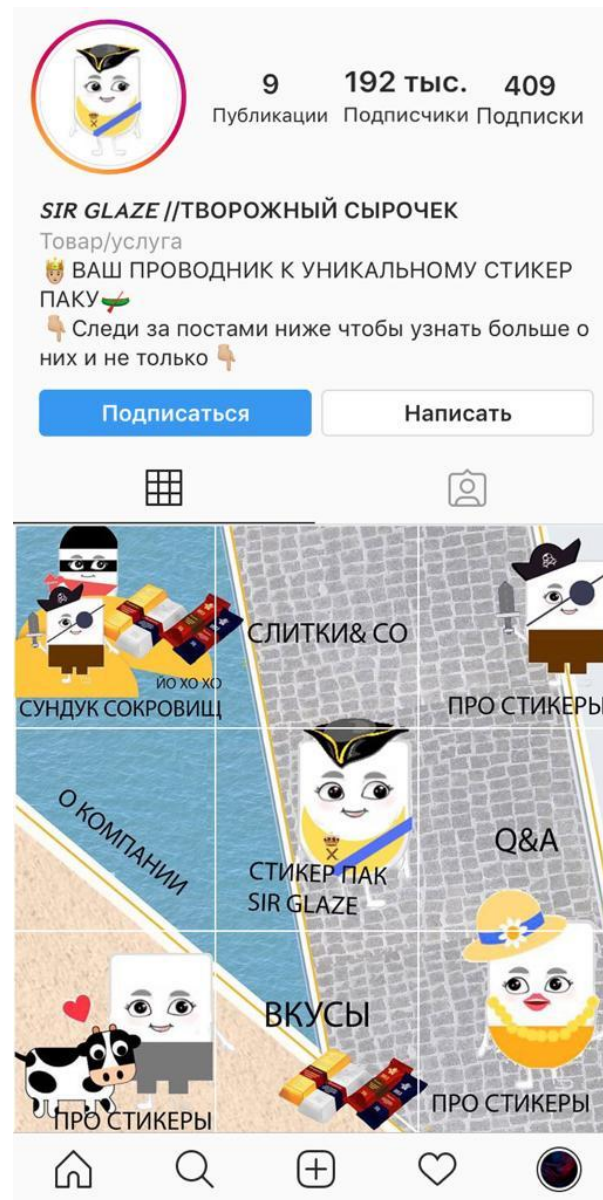
1. Разработка персонажа, характеризующего бренд
2. Создание страниц персонажа в социальных сетях
3. Создание чат бота с персонажем
4. Разработка стикер-паков с персонажем
5. Создание плана контента в социальных сетях
6. Создание рекламного ролика с персонажем
7. Создание qr-кодов для стикеров
8. Создание маски-истории в инстаграм

ПРОГРАММА DIGITAL ПРОДВИЖЕНИЯ



1-3 неделя- Контент-маркетинг.

Запуск страниц персонажа в социальных сетях, запуск маски в инстаграм





4-6 неделя– SMM.

**Запуск рекламы на ютуб+таргетированная
реклама.**



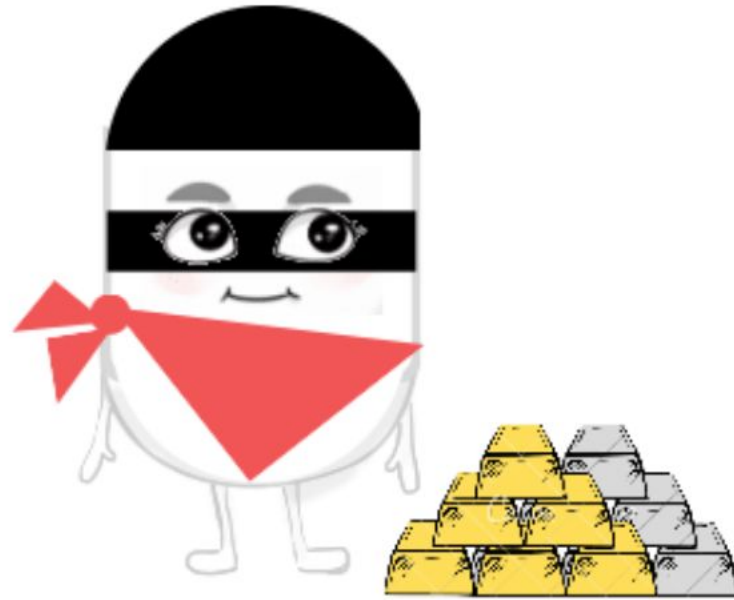
7-9 неделя- UX 1 (user experience).

**Запуск чат-бота с sir_glaze (чат-бот дарит 2
стикера)**

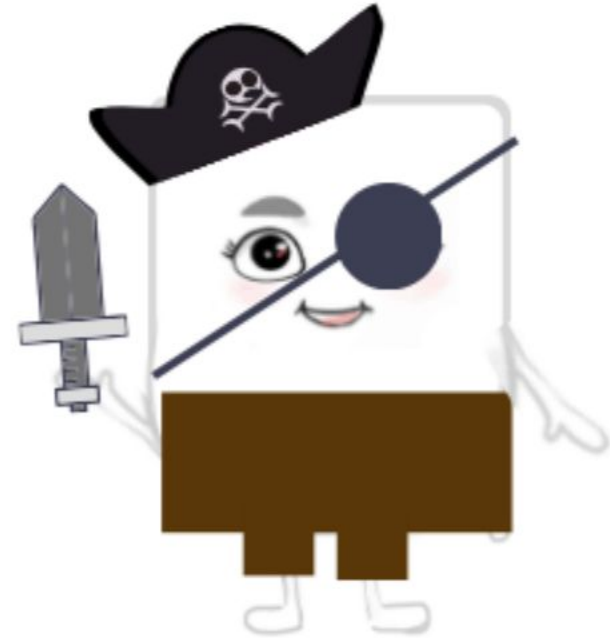
ПРОТОТИПЫ СТИКЕРОВ:



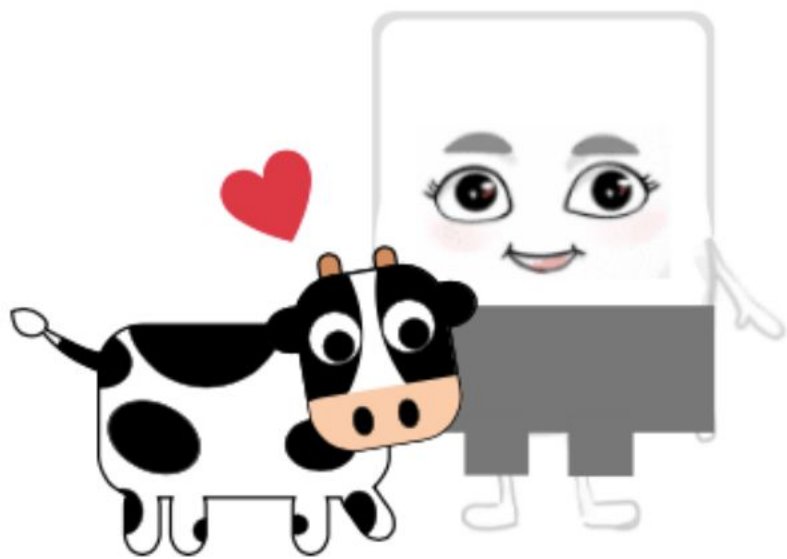
Сир Глэйз- Петр 1



Сир Глэйз- Вор



Сир Глэйз- Пират



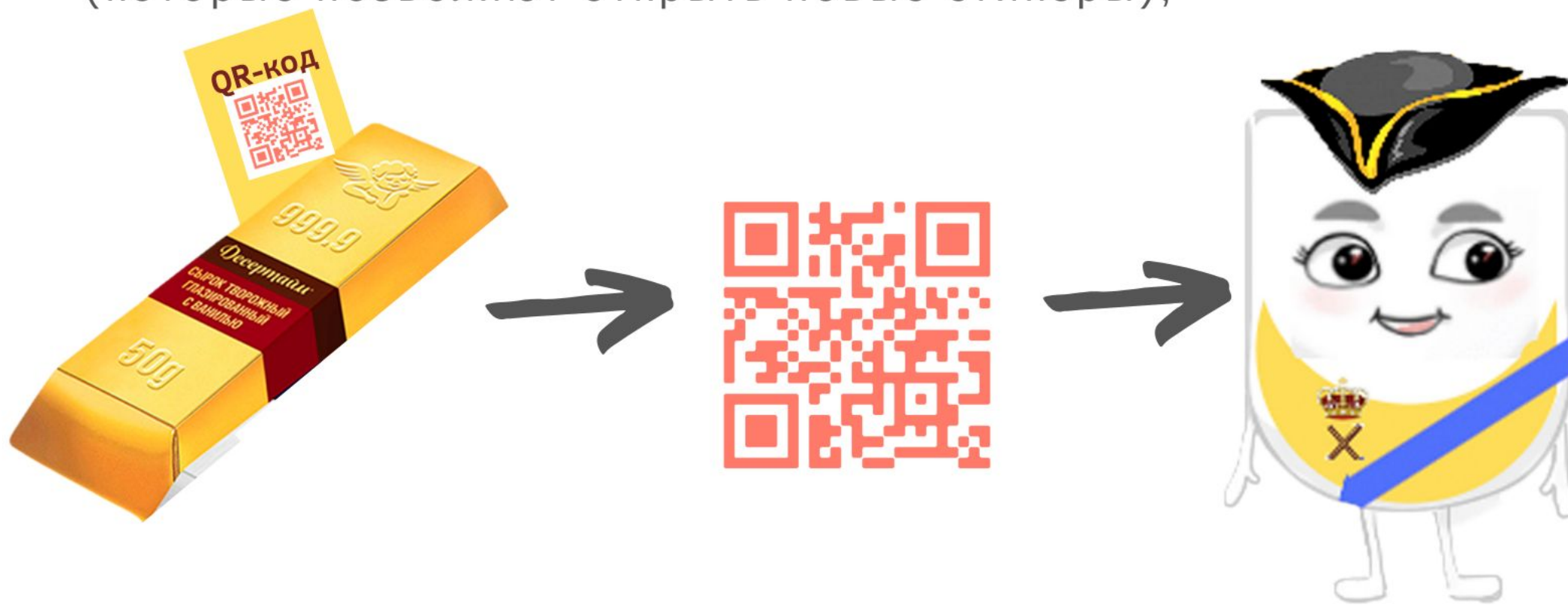
Сир Глэйз- Молочный

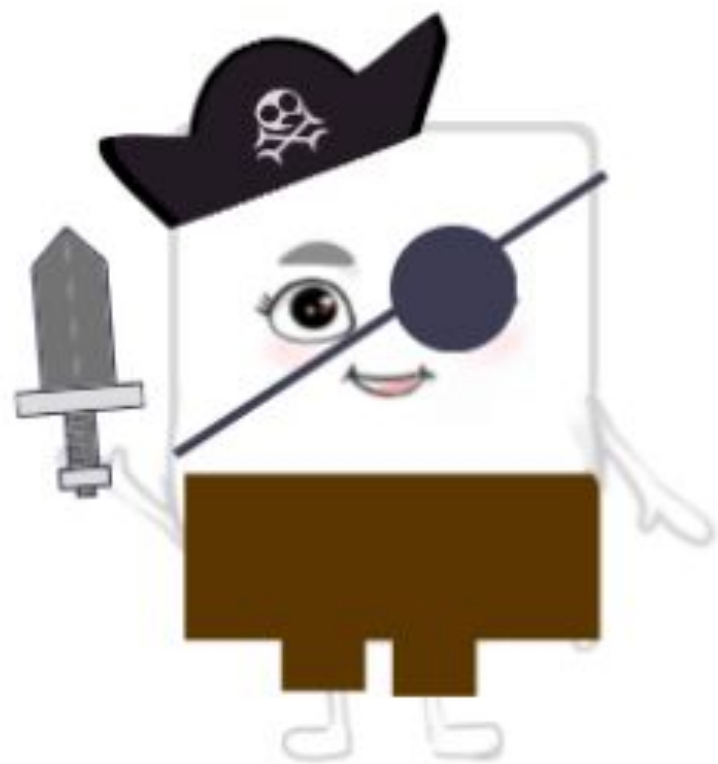
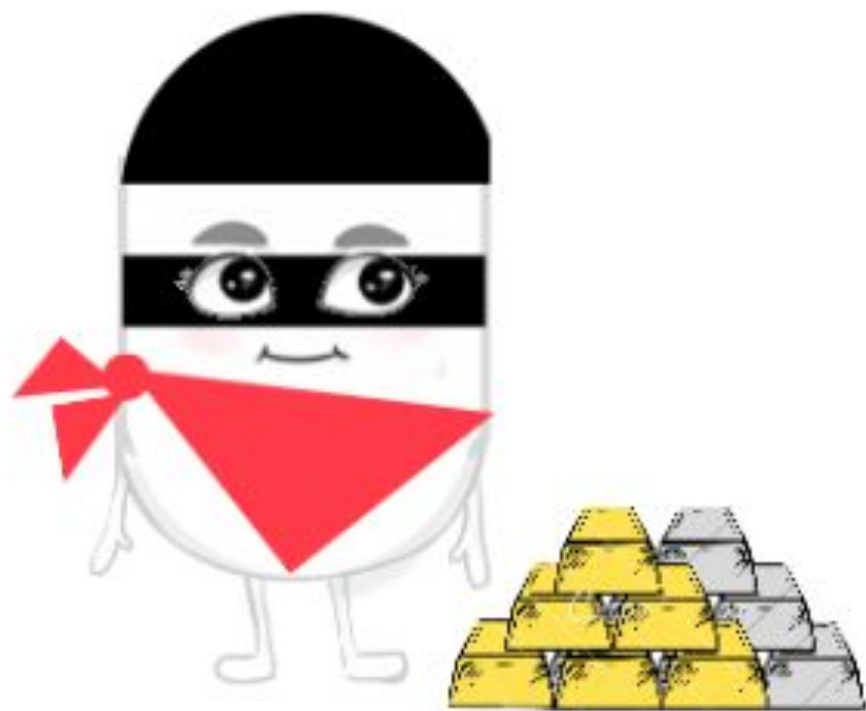


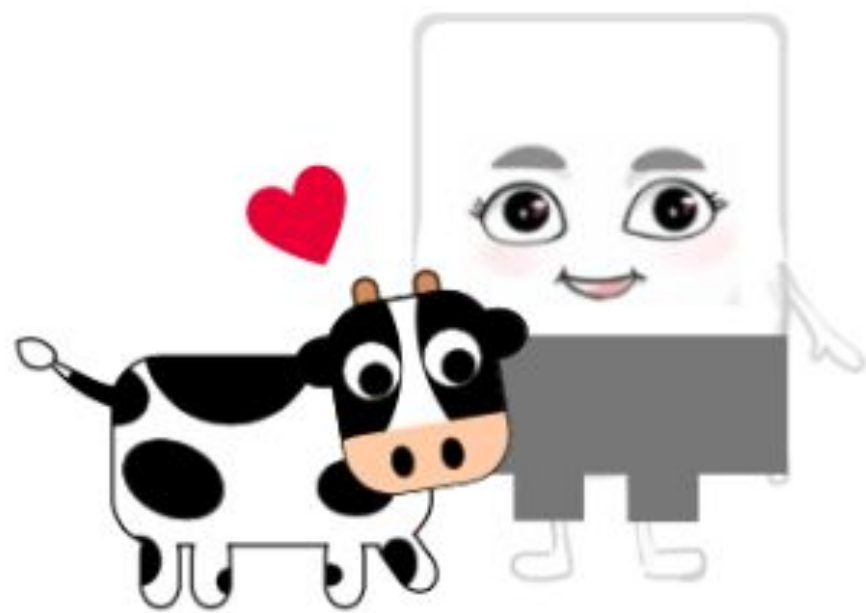
Мисис Глэйз



10-12 неделя– UX 2(user experience).
Начало продаж сырков с qr-кодами
(которые позволяют открыть новые стикеры),







12 НЕДЕЛЬ DIGITAL- ПРОДВИЖЕНИЯ



1-3 неделя- Контент-
маркетинг

4-6 неделя– SMM

7-9 неделя- UX 1

10-12 неделя– UX 2

ПРОМО-ПРОГРАММА ДЛЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ СЫРКА «ДЕСЕРТАЙМ»



Выпуск лимитированных «сундучко сокровищ» с плитками, на которых нарисован sir_glaze;

Сундук будет закрытый полностью. Для показательного вида был сделан прозрачный корпус сундука

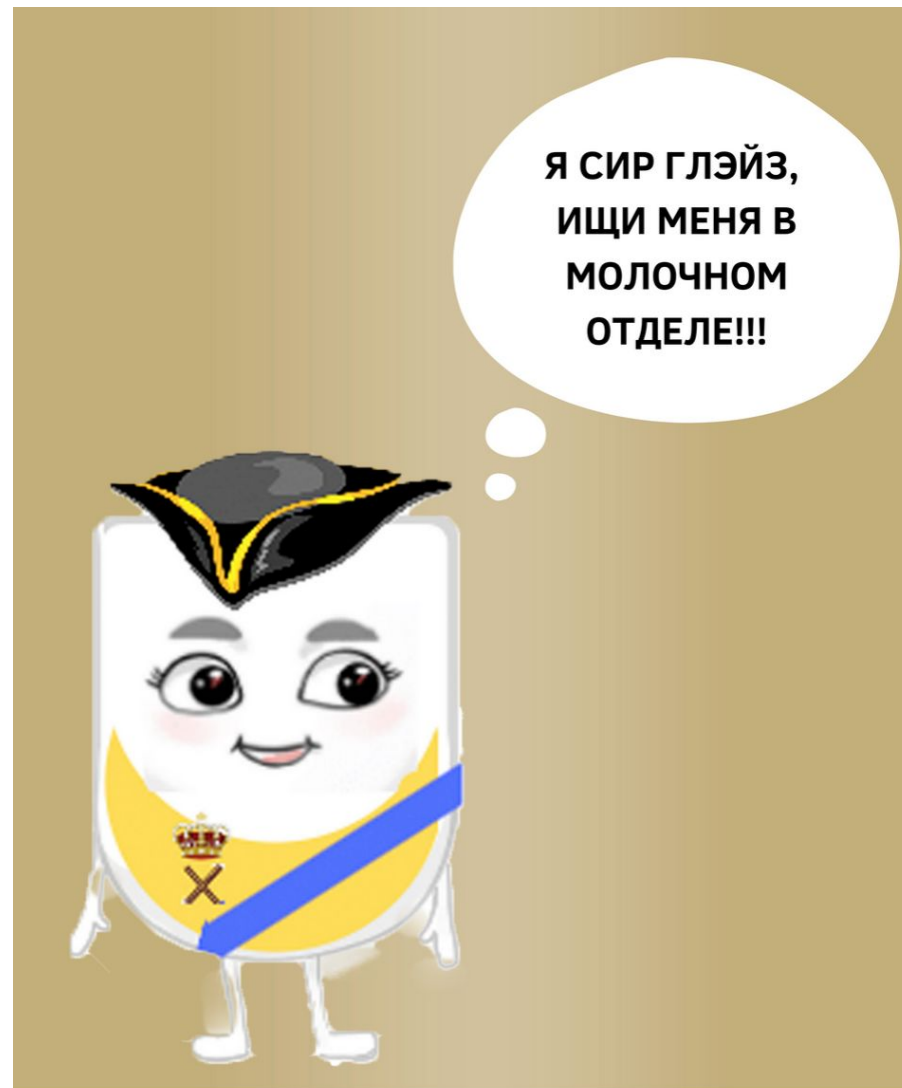


● Брелоки в виде слитка при покупке от 3-х сырков





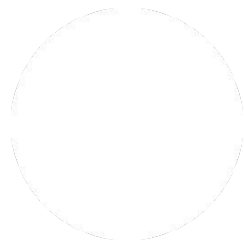
Рекламные баннеры с sir_glaze




Десертайм®

СВЯЗЬ DIGITAL И ПРОДВИЖЕНИЯ В МАГАЗИНЕ

- перенос образа sir_glaze из интернет пространства в магазины;
- запуск стикеров в чат-боте и последующее их получение через qr-коды привлечет покупателей из online в offline.



ВЫВОД

При помощи данных методов мы можем продвинуть бренд на новый уровень и привлечь актуальную для компании аудиторию, расширяя возможности компании в будущем.