

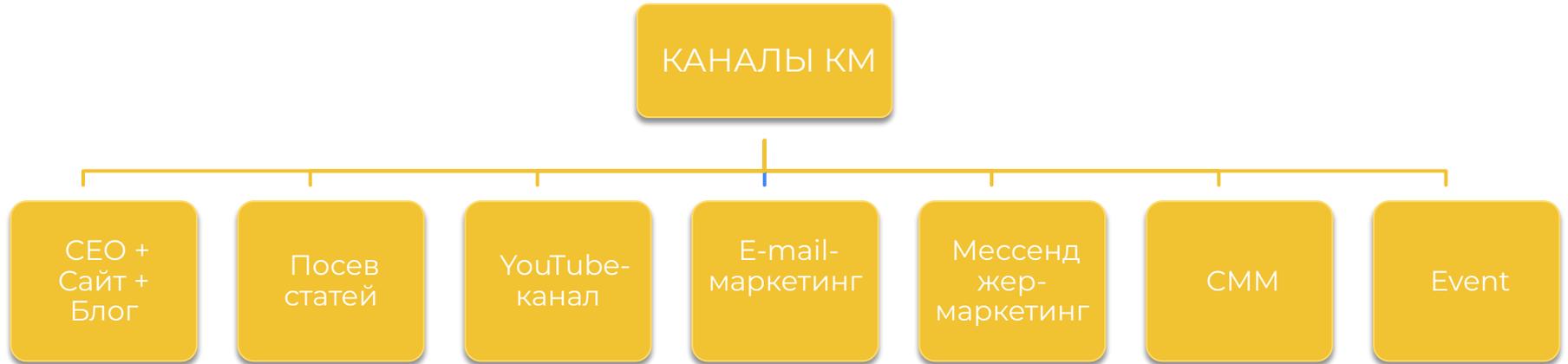


Прииск дражный

Маркетинговый анализ



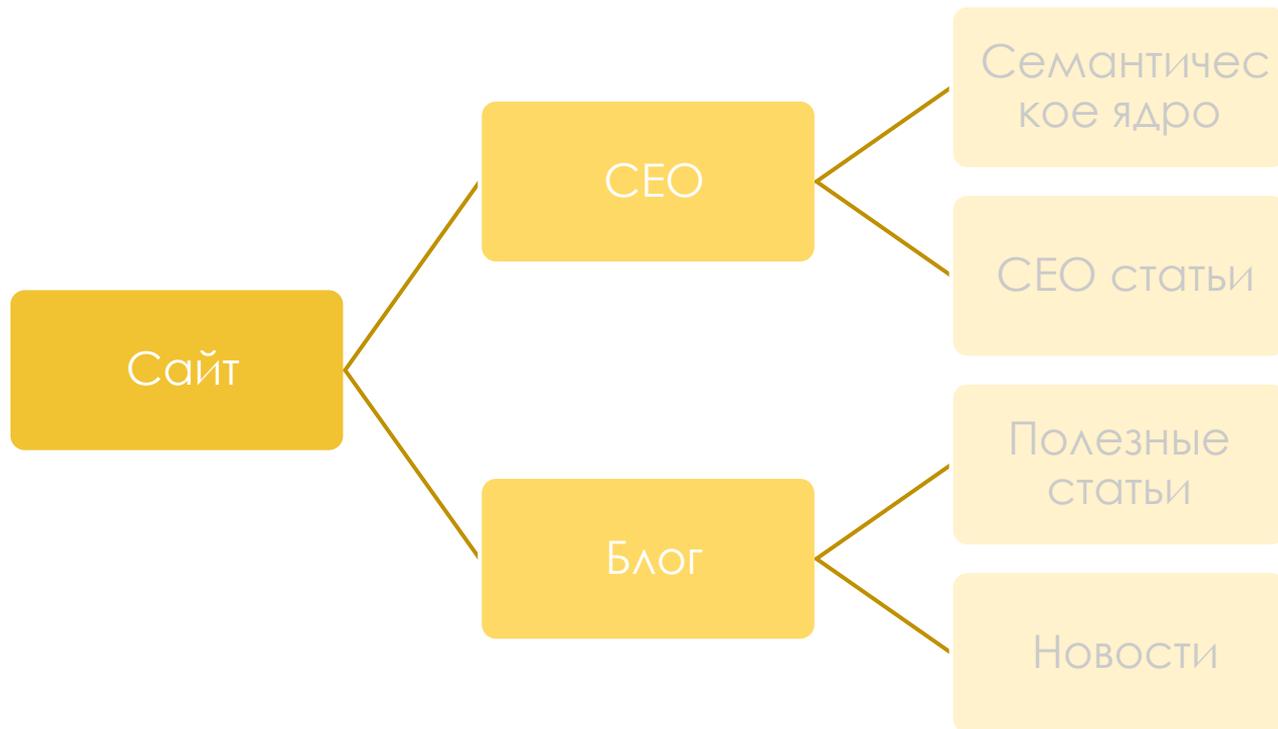
Каналы контент-маркетинга



Цели и задачи контент-маркетинга

| | | |
|----|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Увеличить количество откликов на вакансии | Увеличить количество заявок с форм на сайте, на сайтах с вакансиями |
| | | Увеличить количество новых подписчиков на e-mail рассылку, в соцсетях и мессенджерах |
| 2. | Увеличить общий трафик на сайте | Увеличить поисковой трафик (органический и платный) |
| | | Увеличить трафик из соцсетей Вконтакте, рассылок, внешних площадок |
| 3. | Повысить узнаваемость бренда | Увеличить прямой трафик |
| | | Увеличить количество новых подписчиков в соцсетях |
| 4. | Повышение лояльности | Проведение Event-мероприятий |
| | | Рекомендательный маркетинг |

Канал: Блог на сайте



Задачи, типы и форматы контента

Задачи:

- ✓ Корректировка текстов с учетом семантического ядра
- ✓ Написание полезных статей для блога с учетом ключей семантического ядра
- ✓ Публикация статей согласно КП (2 статьи в месяц)
- ✓ Написание новостей, анонсов, релизов для сайта
- ✓ Публикация новостей ситуационно

| Формат | Тип контента |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Статьи | <ul style="list-style-type: none">✓ Экспертные и полезные статьи✓ Интервью с лидерами мнений, экспертами✓ Ответы на вопросы✓ Обзоры технологий |
| Новости | <ul style="list-style-type: none">✓ Новости компании✓ Анонсы событий✓ Пресс-релизы |
| Инфографика | Использовать графический способ передачи информации в статьях, новостях |

YouTube-канал

О чем?

- Экспертные видео
- Полезные ролики
- Имиджевые ролики

Для кого?

- Для конечного пользователя
- Для руководителей компаний-клиентов
- Для потенциальных сотрудников

Зачем
смотреть

- Понять, как работает компания (этапы, процессы, атмосфера)
- Показать экспертность через полезные ролики по тематике
- Отличия от конкурентов
- Интервью с экспертами и сотрудниками
- Информация для молодых специалистов

YouTube-канал

Задачи:

- ✓ Увеличение доверия и лояльности за счет полезного контента
- ✓ Повышение узнаваемости бренда/имиджа компании
- ✓ Трансляция экспертности

Показатели:

- ✓ Просмотры
- ✓ Подписчики
- ✓ Переходы на сайт
- ✓ Лиды



Типы и форматы контента

| Информационный контент | Экспертный контент | Имиджевый контент |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">• Видео о компании• Новости компании• Об услугах• Этапы работы | <ul style="list-style-type: none">• Полезные ролики по товарным позициям• Интервью с экспертами• Этапы золотодобычи | <ul style="list-style-type: none">• Выполненные проекты• Отзывы партнеров• Интервью с партнерами и клиентами• Интервью с сотрудниками |

Email-маркетинг



Цели рассылок



Напомнить о себе



Выстроить доверительные отношения



Привлечь внимание



Побудить к действию



Регулярные рассылки будут отправляться 2 раза в месяц (каждый второй вторник)

Виды рассылок

Транзакционные письма

(сообщают клиенту транзакционную информацию, письма-оповещения)

- подписка (подтверждение подписки/отписки)
- восстановление пароля
- вакансия отправлена и находится на обработке в hr
- подтверждение отправки анкеты (спасибо за обращение)
- регистрация и удаление АК на сайте и тд.

Автоматические серии писем

- Презентационная или прогревающая серия писем
- Приветственная серия писем
- Продающая серия писем
- Реактивационная + отписывающая серия писем

Автоворонка

- Настраивается один раз, дальше система работает в автоматическом режиме

Триггерные письма

(приходят в ответ на действие или бездействие пользователя)

- Приветственная рассылка - реакция на регистрацию на сайте
- Реактивационная рассылка - ответ на бездействие клиента (не открывает письма, не переходит по ссылкам в письмах и тд.)
- Брошенная вакансия на сайте запускает свою цепочку, которая стимулирует подписчика завершить заполнение анкеты.

Мессенджер-маркетинг или Чат-бот



Чат-бот - виртуальный помощник, который общается с клиентами, при этом увеличивает вовлеченность клиентов благодаря геймификации (игровые формы с возможностью выбора ответов).



общаться с сотрудником 24/7



автоматически отвечать на часто задаваемые вопросы соискателю



разгрузить менеджеров и автоматизировать работу



прогреть соискателя и довести его до этапа собеседования



рассказать сотруднику о вакансии, которой он интересуется



отправить необходимые материалы

Мессенджер-маркетинг или Чат-бот

(ориентировано на продажи, но активно применяется в hr)

ЧБ в цифрах

56% клиентов скорее отправят сообщение, чем позвонят в службу поддержки.

Чат-боты сокращают до **30%** расходов на менеджеров.

Чат-боты освобождают **64%** менеджеров для решения более сложных вопросов.

79% компаний с ЧБ повысили продажи и лояльность клиентов.

Чат-боты увеличивает коэффициент конверсии в продажу на **40%**.

Возможности ЧБ

- ✓ Отвечать на часто задаваемые вопросы (стоимость, доставка и тд)
- ✓ Реактивировать "уснувших" клиентов
- ✓ Отправлять прайс/гайд/чек-лист в PDF/jpg
- ✓ Уведомлять об акции
- ✓ Отправлять купоны или промо-коды клиенту
- ✓ Проводить опросы клиентов
- ✓ Квалифицировать и сегментировать клиентов (по типу бизнеса, ассортименту)

Как собираем аудиторию: лидогенерация

Виджет чата на сайте

При нажатии на соответствующую кнопку открывается диалог в WhatsApp или Telegram



Это удобнее обычных чатов на сайте, потому что если посетитель покинет чат, диалог не закроется и можно продолжать общаться с потенциальным сотрудником в выбранном им мессенджере.

Виджет подписки на сайте

Виджет может появляться не сразу, а через некоторое время, либо когда пользователь хочет покинуть страницу.

Мотивировать посетителей нажимать на кнопку, давая им бонус:

- бесплатные полезные материалы,
- доступ к закрытой информации.

Подпишитесь на рассылку в WhatsApp

Еженедельно мы отправляем своим подписчика полезную информацию и рассказываем об актуальных акциях.

Мы проводим игры, раздаем подарки своим покупателям и делаем все, чтобы наше с вами общение было приятным и ооочень вкусным

Подпишись сейчас и получи ГАЙД "Как автоматизация бизнеса увеличит прибыль"



Как собираем аудиторию: лидогенерация

WhatsApp Hunter



Не любите ждать? Ответим в
WhatsApp за 3 секунды!

Введите ваш номер ЖДУ ОТВЕТА

Получить ответ в WhatsApp

Посетитель сайта вводит свой номер телефона и моментально получает в WhatsApp сообщение.

Через такую форму хорошо распространять лид-магниты.

После того, как пользователь получит сообщение, можно продолжить с ним диалог в WhatsApp.

Мини - лендинги

Это отдельная страница, с шапкой, заголовком, описанием и кнопкой подписки с выбором мессенджера.

Когда соискатель переходит на мини-лендинг, шансы что-то «проскроллить», как например на сайте, снижаются до нуля, тем самым увеличивая конверсию в подписку.



Как увеличить прибыль с помощью автоматизации?

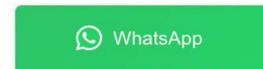
Мы знаем! Мы используем у себя и делимся с нашими партнерами этими секретами ☐

Сегодня и вы узнаете:

- ✓ Что такое автоматизация бизнеса
- ✓ Как ее использовать в своем бизнесе
- ✓ Сколько денег вы теряете откладывая внедрение системы

Нажимайте на кнопку и забирайте свой Гайд!

☐☐☐



SMM-стратегия

SMM - стратегия - это общий план продвижения товаров, услуг или личного бренда через социальные сети.

ЦЕЛЬ



Создание устойчивого канала взаимодействия с целевой аудиторией: конечные потребители и потенциальные сотрудники

Что дает нам SMM-продвижение

- ▶ Возможность взаимодействовать с аудиторией
- ▶ Возможность стать ближе к своей целевой аудитории, а подписчикам почувствовать себя причастными к вашему бренду
- ▶ Возможность генерировать новые лиды
- ▶ Настройка таргета - увеличивает приход подписчиков и лидогенерацию
- ▶ Возможность быть всегда на связи со своими клиентами и быть у них постоянно на «глазах» и «на слуху»
- ▶ Возможность дать фору своим конкурентам по соц. сетям и стать популярнее
- ▶ Возможность позиционировать свою компанию через соцсети и укрепить имидж. Все крупные и средние компании имеют представительства в интернет-сообществах.

Воронка SMM-продвижения

Охват и привлечение.

Используем таргетинг и ретаргетинг, отслеживаем такие показатели, как общий охват, просмотры и визиты пользователей.

Вовлечение.

Креативы, разработанные под разные аудитории, проработанные УТП, правильный подход к рекламным объявлениям и своевременная отработка заказов.
Отслеживаем переходы по рекламе, целевые действия, ER (engagement rate — степень вовлеченности).

Конверсии

Аналитика в рекламном кабинете

Этапы и цели

В первые два месяца необходимо:

- ▶ Создать площадку и наполнить контентом
- ▶ Привлекать и вовлекать подписчиков

Учитывая то, что сообщество будет новое, конверсию из социальных сетей в лиды ожидаем с мая

| Месяц | Цели | Действия |
|----------------|----------------------------|-----------------|
| Апрель - Май | Увеличение знания о бренде | Посевы, Таргет |
| | Вовлечение | Контент |
| Июнь - Декабрь | Увеличение знания о бренде | Посевы, Таргет |
| | Вовлечение | Контент и Event |
| | Конверсии | СС и таргет |

Задачи

- ▶ Создание контент-плана - ежемесячно
- ▶ Создать рубрикаторы: про услуги и вакансии
- ▶ Создать единый стиль профиля
- ▶ Создать единый стиль сторис
- ▶ Проработать усилители для текста в постах
- ▶ Готовить аккаунт к событиям: менять аватар, включать цвета в ленту
- ▶ Проработать интеллектуальные игры и экспертный сторителлинг в сторис
- ▶ Ежедневно транслировать УТП и миссию
- ▶ Наполнить хайлайтсы и меню новым материалом
- ▶ Внедрить в аккаунт больше жизни, истории в реальном времени
- ▶ Публиковать 15 постов за месяц
- ▶ Публиковать по 30 сторис в месяц

Задачи

- ▶ Рекламные посевы
- ▶ Минимум 30 подписчиков за первый месяц
- ▶ Внедрить рилс и клипы в VK
- ▶ Проводить фото и видео съемки, когда материал заканчивается
- ▶ Сблизиться с аудиторией: постоянно идти на диалог, задавать вопросы
- ▶ Показывать команду
- ▶ Прописать опросы для целевой аудитории
- ▶ Сбор обратной связи от покупателей
- ▶ Внедрять в контент последние экспертные новости

Площадки для продвижения

- ▶ ВКонтakte (основная)
- ▶ Инстаграм
- ▶ Телеграм

| Технические возможности | Inst | VK | Telegram |
|-------------------------|------|------------|----------------|
| Пост | да | да | да |
| Сторис | да | да | нет |
| Рилс | да | да (клипы) | нет |
| Таргетированная реклама | нет | да | нет |
| Рекламные посеы | да | да | да |
| Прямые эфиры | да | да | да (голосовые) |

Каналы продвижения: платные

| Реклама | Описание | Цель | Бюджет |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Посевы | Покупать рекламные публикации на крупных площадках в интернете. Использовать федеральные и локальные сообщества для увеличения знания о бренде | Рост узнаваемости: увеличить количество охватов и подписок на сообщество | Сообщества подбираются индивидуально под аккаунт. Цена продвижения от 5000 руб. и выше. |
| Таргет | Способ онлайн-рекламы, в котором используются методы настройки ЦА, в соответствии с заданными характеристиками и интересами людей, которые могут заинтересоваться рекламируемым товаром или услугой | Рост трафика: увеличить количество переходов на сайт и в сообщество | Таргет можно запускать на готовый продукт. Цена продвижения от 10000 руб. в месяц и выше. |

Каналы продвижения: бесплатные

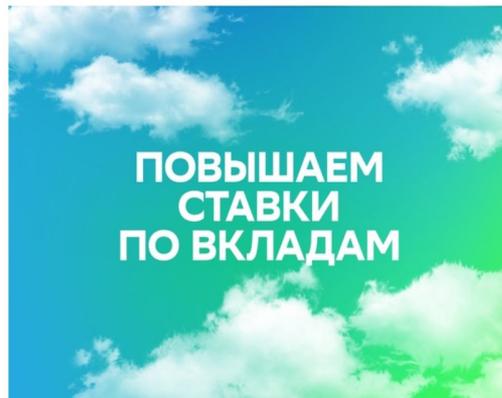
- Внедрение хештегов и геолокации (это помогает попасть в рекомендации в Инстаграм)
- Использование рилс и клипов (качественный видео ролик)
- Взаимный пиар (с аккаунтами со смежной темой)
- Коллаборации с другими компаниями из смежной области

Типы и форматы контента

| Информационный контент | Экспертный контент | Продающий контент | Развлекательный контент |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">• Видео о компании• Новости компании и новинки• Информация об услугах• Отзывы, кейсы• Информация о вакансиях | <ul style="list-style-type: none">• Полезные ролики по товарным позициям• О проектировании• Этапы разработки генплана• Обучающие видео/вебинары• Интервью с экспертами | <ul style="list-style-type: none">• Демонстрация проектов• Акции• Специальные предложения• Этапы работы | <p>Преимущественно в сторис</p> <ul style="list-style-type: none">• Интеллектуальные игры• Опросы |

Визуал: лента

- ▶ Разработать стиль в сторис и постах
- ▶ Основные цвета: черный, белый, желтый
- ▶ Основной посыл: экспертность
- ▶ Информационные посты в виде карточек, статьи с переходом на сайт
- ▶ Часто задаваемые вопросы



Визуал: сторис

- ▶ Ритмичные сторис. Цвета: желтый, белый, черный.
- ▶ Виды визуалов: фото, видео, моушн

