

ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

ЗАНЯТИЕ 1

Ситуационная задача «Основы медиапланирования»

Кейс «Сеть книжных магазинов «Отраслевая книга»

Недавно вы устроились на работу в небольшую сеть книжных магазинов. Собственник просит от вас предложения по продвижению сети по каналам маркетинговых коммуникаций. Пока все предложения нужны в свободной форме, без ограничений по ресурсам и бюджету. Ваша задача – свежим взглядом посмотреть на ситуацию и предложить варианты продвижения в каналах, которые раньше не использовались книжной сетью, а именно PR, реклама, соцсети и участие в мероприятиях.

На сегодняшний день в этой сети 8 небольших магазинов: по два в Астане и Караганде и 4 в Алматы. Собственник хочет увеличить знание о своей сети в перспективе двух лет, а также стать спикером в СМИ и на мероприятиях; чтобы его воспринимали как эксперта в сфере книжного бизнеса. Он готов инвестировать дополнительные средства и свое время в продвижение.

Задания:

1. Ознакомьтесь с описанием кейса
2. Подумайте над PR-возможностями бизнеса из кейса. Для этого:
 - Подберите список из 10 СМИ, релевантных для бизнеса, и проранжируйте их по важности для вас. Для удобства воспользуйтесь базой на Brand Analytics <https://brandanalytics.ru/blog/top-30-media-kazakhstan/> или любыми открытыми источниками
3. Подумайте над рекламными возможностями бизнеса из кейса. Для этого:
 - Найдите в интернете 1-3 референса (ролики, визуалы, digital-кампании и т.д.), который вам нравится в качестве образца для будущей рекламной кампании вашего бизнеса
4. Подумайте над возможностями соцмедиа для бизнеса из кейса:
 - Найдите 1 инфлюенсера по вашей теме, оцените его по формуле, разобранной в модуле. Обоснуйте ваш выбор.
5. Подумайте над event-возможностями бизнеса из кейса:
 - Найдите в открытых источниках 1 крупный экономический форум или 1 отраслевое мероприятие, на котором вы будете рекомендовать участвовать вашему бизнесу. Обозначьте формат участия в каждом случае и обоснуйте ваш выбор.
6. Обобщите всю информацию в список предложений.