

Заключительное задание

Для закрепления полученной информации по модулю, применения на практике полученных знаний и проецировании на свой бизнес наиболее оптимальным является проект-описание *стратегии присутствия вашей компании в социальных сетях с учетом базовых маркетинговых индикаторов.*

Выполнение данного задания позволит выстроить связь между целью бизнеса и целями SMM, тем самым максимизируя потенциальный результат; составить карту эмпатии и life-style профиля вашего потребителя; сформировать комплексное представление об ойкумене вашей целевой аудитории и подобрать оптимальные интернет-каналы для коммуникации, проанализировать разные подходы к формированию контент-стратегии и применению комплекса 7C в SMM; подобрать оптимальные KPI для отдельных элементов SMM-стратегии.

Чтобы продемонстрировать понимание материала в области разработки стратегии присутствия в социальных сетях через призму маркетинга, разработайте проект-описание «Присутствие вашей компании в социальных сетях».

Разделы проекта

1. Описание цели бизнеса и цели построения стратегии присутствия в социальных сетях. Описание подходов к изучению основных конкурентов. Приведение примера анализа трех основных конкурентов. При этом, в случае с новым товаром, конкуренты могут быть из блока «косвенные конкуренты» (то есть у которых совпадает с вами лишь часть товара/услуги или они частично удовлетворяют потребности вашей ЦА).

2. Составление портрета ЦА и желательно – контактной аудитории. Составление карты эмпатии для ключевой аудитории.

3. Выбор социальных сетей и платформ для коммуникации с целевыми аудиториями и обоснование данного выбора.

4. Разработка контентной стратегии и демонстрация связи с целью присутствия вашей компании в социальных сетях. Представление в форме таблицы, в которой слева обозначение социальной сети, а справа (во второй колонке) – детальное описание контента, его частоты, последовательности, видов планируемой активности интернет-аудитории. В третьей колонке – описание ожиданий от каждого пункта контентной стратегии.

5. Описание индикаторов измерения эффективности (лайки, перепосты, количество подписчиков, переход на сайт, выход на оффлайн-контакт, лидогенерация).

Объем написанного проекта не должен превышать 3-5 страниц, проект должен быть четко структурирован.

Также будут полезны следующие материалы:

- <http://www.williamspublishing.com/PDF/978-5-8459-1570-2/part.pdf>
- <http://marketnotes.ru/management/business-target/>
- <http://ecsocman.hse.ru/text/19158323/>
- <http://powerbranding.ru/competition/analiz-konkurentov-primer/>
- <http://www.cossa.ru/234/2443/>
- <http://rusability.ru/internet-marketing/prakticheskiy-gid-po-sozdayu-kart-empatii-persona-za-10-minut/>
- <http://baguzin.ru/wp/?p=1999>