

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И СЦЕНАРИЕВ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ ПСИХОЛОГА

ВЫПОЛНИЛ: КРАНКИН НИКОЛАЙ ДМИТРИЕВИЧ

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ

- УСЛУГИ ПСИХОЛОГИИ ВОСТРЕБОВАНЫ
- КОНКУРЕНЦИЯ ВЫСОКАЯ, НО БЮДЖЕТ У КОМПАНИИ НЕБОЛЬШОЙ
- КОНСУЛЬТАЦИЯ У ПСИХОЛОГА ЯВЛЯЕТСЯ ОБДУМАННОЙ ПОКУПКОЙ

АКТУАЛЬНОСТЬ ВЫБРАННОЙ ТЕМЫ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО ЭТА РАБОТА ПОМОЖЕТ ПРАВИЛЬНО РАЗРАБОТАТЬ СТРАТЕГИЮ ПРОДВИЖЕНИЯ В ОДНОМ ИЗ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ НА ДАННЫЙ МОМЕНТ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ В ТАК НАЗЫВАЕМОЙ ОБЛАСТИ «ДОВЕРИТЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА», КОТОРЫЙ ЯВЛЯЕТСЯ ДЛЯ НАШЕГО ЭКСПЕРТА ПРИОРИТЕТНЫМ НА ДАННЫЙ МОМЕНТ.

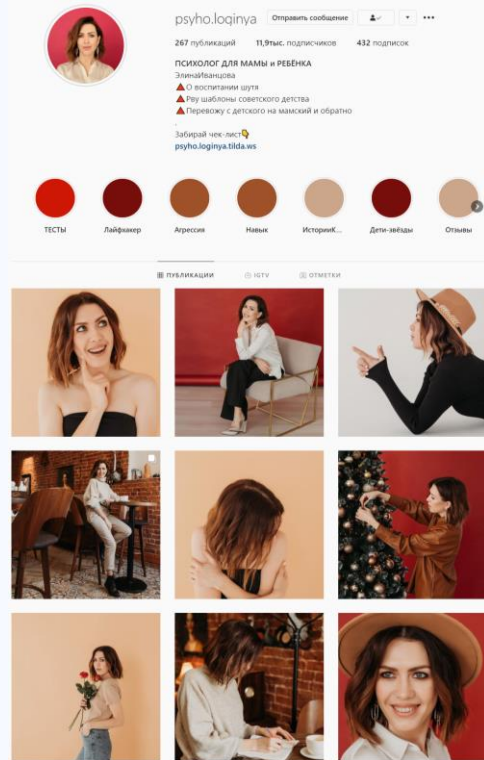
АНАЛИЗ ПРОДУКТА



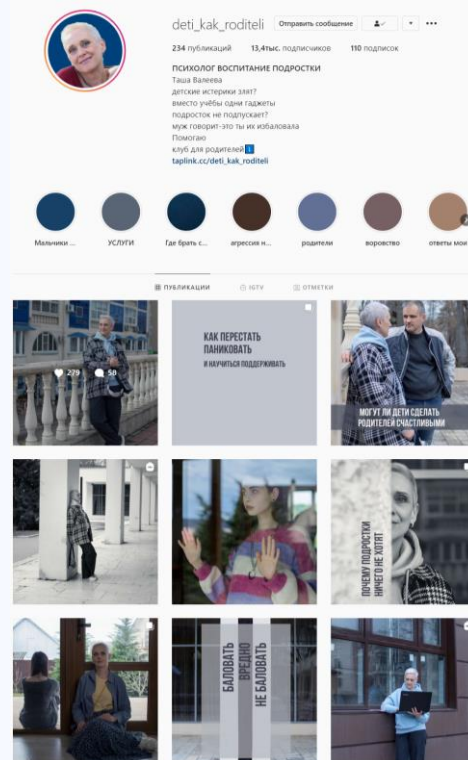
АНАЛИЗИРУЕМОЙ КОМПАНИЕЙ ЯВЛЯЕТСЯ ПСИХОЛОГ КРАНКИНА АЛИСА, НАХОДЯЩАЯСЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ПРЕДОСТАВЛЯЮЩАЯ УСЛУГИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ КОНСУЛЬТАЦИИ ОНЛАЙН И ОФФЛАЙН.

ОСОБЕННОСТЬЮ НИШИ ЯВЛЯЕТСЯ ТО, ЧТО ДЛЯ ПОКУПКИ УСЛУГИ, КЛИЕНТУ НЕОБХОДИМО ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ЭКСПЕРТОМ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИМ УСЛУГИ, СООТВЕТСТВЕННО ТОВАР ПРИОБРЕТАЕТ СТАТУС ОБДУМАННОЙ ПОКУПКИ.

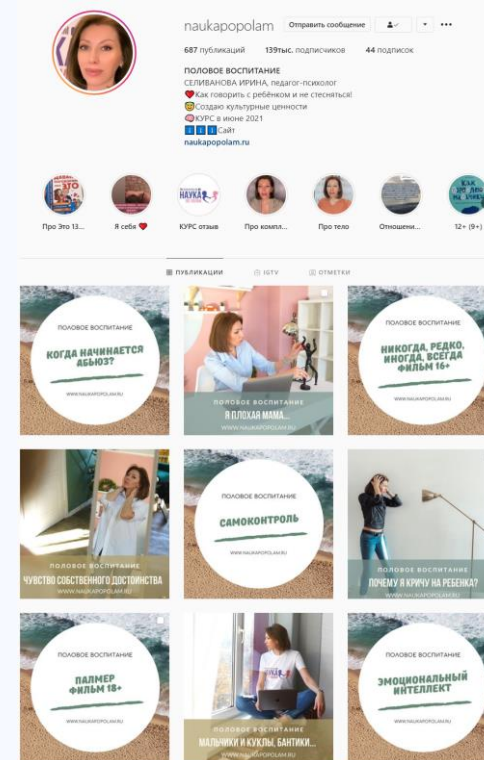
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ



PSYHO.LOGINYA



DETI_KAK_RODITELI



NAUKAROPOLAM

ОБРАЗ ПРОДУКТА
(КАКИЕ ОНИ? ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ОСТАЛЬНЫХ?)

ВЫГОДЫ ПРОДУКТА
(ЧТО ПРЕДЛАГАЮТ?)

КАК ВИДЯТ СВОЮ ЦА
(ДЛЯ КОГО ОНИ?)

ЦЕННОСТЬ КОНТЕНТА

КЛЮЧЕВЫЕ ОБРАЗЫ В ИХ АККАУНТЕ
(ЧТО ЭТИ ОБРАЗЫ О НИХ ГОВОРЯТ?)

РАБОТАЮТ ЛИ С ДОВЕРИЕМ, С ЭМОЦИЯМИ?

КАК РАБОТАЮТ С ЦА?



**ПОЧЕМУ
ПОКУПАЮТ У НИХ?**

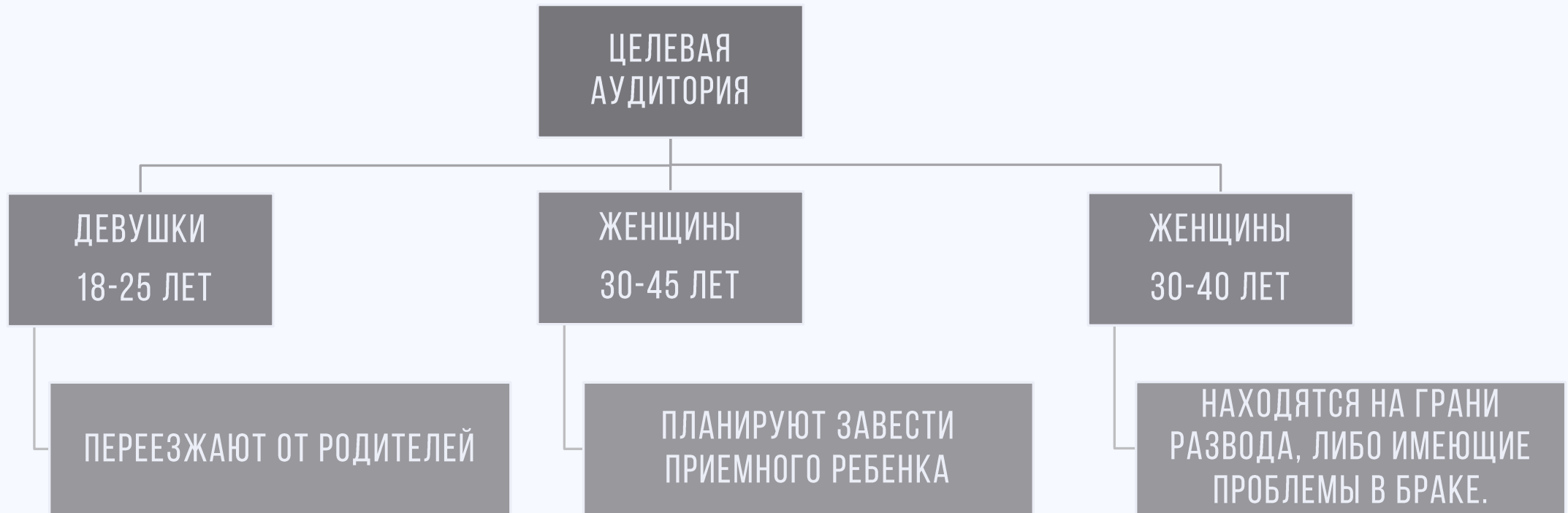


**ПОЧЕМУ
ПОДПИСЫВАЮТСЯ?**

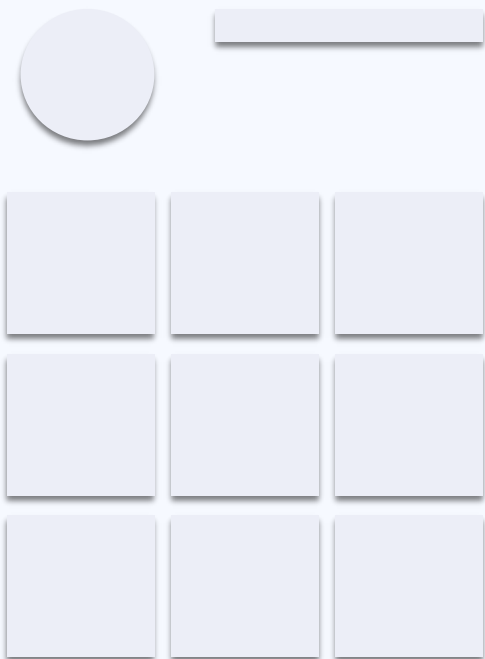


**ПОЧЕМУ
ИМ ВЕРЯТ?**

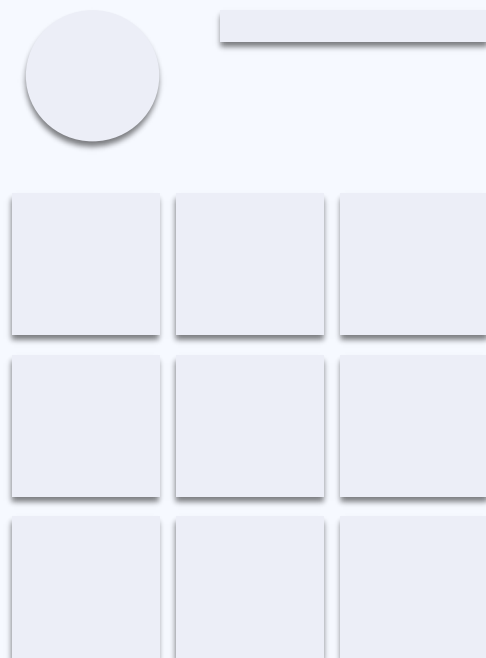
АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



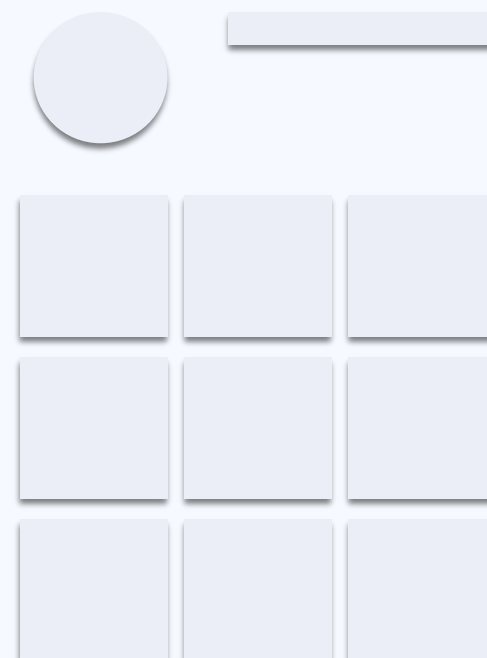
ФОРМАТ 1 –
ЭКСПЕРТНЫЙ БЛОГ



ФОРМАТ 2 –
КОМЬЮНИТИ



ФОРМАТ 3 – БРЕНДОВОЕ-
ТЕМАТИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВО



СТРАТЕГИЯ ДЛЯ INSTAGRAM

ЭКСПЕРТНЫЙ БЛОГ

ЦЕЛЮ АКАУНТА ЯВЛЯЕТСЯ В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ, УДЕРЖАНИЕ И ЛОЯЛЬНОСТЬ, И В МЕНЬШЕЙ СТЕПЕНИ ПРОДАЖИ.

ВЕРХНЯЯ ЧАСТЬ ВОРОНКИ: КЛИЕНТ ЗНАКОМИТСЯ С ОБУЧАЮЩИМ КОНТЕНТОМ, И СТАРАЕТСЯ НАЙТИ РЕШЕНИЕ СВОЕЙ ПРОБЛЕМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО.

СРЕДНЯЯ ЧАСТЬ ВОРОНКИ: ОЦЕНКА ЭКСПЕРТНОСТИ И МЕТОДОВ РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТА, ИЗУЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО И ОБУЧАЮЩЕГО КОНТЕНТ.

НИЖНЯЯ ЧАСТЬ ВОРОНКИ: КЛИЕНТ УЖЕ СТАЛ ИЛИ ГОТОВ КУПИТЬ. КЛИЕНТ ИНТЕРЕСУЕТСЯ ПОЛЕЗНЫМ КОНТЕНТОМ С ЦЕЛЮ ПОДДЕРЖКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПОСЛЕ СЕАНСА

КОНТЕНТ-ПЛАН

ТИПЫ КОНТЕНТА



ПРИ СОЗДАНИИ КОНТЕНТ-ПЛАНА БЫЛИ УЧТЕНЫ :

- МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ
- КАРТА ОБРАЗОВ
- СЕГМЕНТЫ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: ГРАМОТНЫЙ РОДИТЕЛЬ. ТЕМА: ОТКРОВЕННЫЙ РОДИТЕЛЬ.</p> <p>ФОРМАТ: ТЕКСТ И ФОТО В ЛЕНТЕ, А ТАКЖЕ ПОДРОБНОЕ ИЗУЧЕНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ПРОДАЮЩИЙ.</p> <p>РУБРИКА: МНЕ МОЖНО. ТЕМА: ОТПУСК ОТ ЛЮДЕЙ.</p> <p>ФОРМАТ: ТЕКСТ И ФОТО В ЛЕНТЕ, КОТОРЫЕ СОХРАНЯЮТСЯ В ПУТЕВОДИТЕЛЬ.</p> <p>ЗАДАЧА: ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ВОВЛЕКАЮЩИЙ.</p> <p>РУБРИКА: НАМ НАДО ПОГОВОРИТЬ. ТЕМА: ПОЧЕМУ ВАЖНО РАЗГОВАРИВАТЬ ДРУГ С ДРУГОМ.</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО И ТЕКСТ В ЛЕНТЕ, С ПОСЛЕДУЮЩИМ ОБСУЖДЕНИЕМ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ВОВЛЕЧЕНИЕ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: КТО ТАКАЯ ЭЛИС? ТЕМА: ЧТО ПРИВЕЛО МЕНЯ В ПСИХОЛОГИЮ?</p> <p>ФОРМАТ: ТЕКСТ И ФОТО В ЛЕНТЕ, КОТОРЫЕ СОХРАНЯЮТСЯ В ПУТЕВОДИТЕЛЬ.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: ГРАМОТНЫЙ РОДИТЕЛЬ. ТЕМА: КАК ПОДГОТОВИТЬ РЕБЕНКА К ВЗРОСЛОСТИ.</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО И ТЕКСТ В ЛЕНТЕ, С ПОСЛЕДУЮЩИМ ОБСУЖДЕНИЕМ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ДОВЕРИЕ</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: С ДЕТЬМИ О ВАЖНОМ. ТЕМА: КАК РАЗГОВАРИВАТЬ С РЕБЕНКОМ О СЕКСЕ И КОНТРАЦЕПЦИИ.</p> <p>ФОРМАТ: IGTV С ПОСЛЕДУЮЩИМ ОБСУЖДЕНИЕМ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ДОВЕРИЕ</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: КТО ТАКАЯ ЭЛИС? ТЕМА: КАКИЕ МЕТОДИКИ Я ИСПОЛЬЗУЮ?</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО КАРУСЕЛЬ И ТЕКСТ.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ.</p>
<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: ГРАМОТНЫЙ РОДИТЕЛЬ. ТЕМА: ДОМАШНИЙ БУЛЛИНГ.</p> <p>ФОРМАТ: ТЕКСТ И ФОТО В ЛЕНТЕ; А ТАКЖЕ ПОДРОБНОЕ ИЗУЧЕНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ, ДОВЕРИЕ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: НАМ НАДО ПОГОВОРИТЬ. ТЕМА: ПОЗИТИВНЫЙ РАЗРЫВ.</p> <p>ФОРМАТ: ТЕКСТ И ФОТО В ЛЕНТЕ, КОТОРЫЕ СОХРАНЯЮТСЯ В ПУТЕВОДИТЕЛЬ.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ, ДОВЕРИЕ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: ОБЗОР КНИГИ. ТЕМА: ПОЛОВОЕ СОЗРЕВАНИЕ.</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО И ТЕСТ В ЛЕНТЕ.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ПРОДАЮЩИЙ.</p> <p>РУБРИКА: НАМ НАДО ПОГОВОРИТЬ. ТЕМА: РАЗВОД – ЕДИНСТВЕННЫЙ ВЫХОД?</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО И ТЕКСТ В ЛЕНТЕ; А ТАКЖЕ ПОДРОБНОЕ ИЗУЧЕНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ.</p> <p>РУБРИКА: ИНТЕРАКТИВ. ТЕМА: МИФЫ О ПСИХОЛОГАХ.</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО И ТЕКСТ В ЛЕНТЕ; А ТАКЖЕ ОБСУЖДЕНИЕ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОДНЯТЬ НАСТРОЕНИЕ АУДИТОРИИ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ</p> <p>РУБРИКА: МНЕ МОЖНО ТЕМА: Я ХОЧУ ИЗМЕНИТЬ СВОЮ ЖИЗНЬ</p> <p>ФОРМАТ: ТЕКСТ И ФОТО В ЛЕНТЕ, А ТАКЖЕ ПОДРОБНОЕ ИЗУЧЕНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ, ДОВЕРИЕ.</p>	<p>ТИП КОНТЕНТА: ВОВЛЕКАЮЩИЙ.</p> <p>РУБРИКА: КТО ТАКАЯ ЭЛИС? ТЕМА: КАК ПОМЕНЯЛАСЬ МОЯ ЖИЗНЬ, КОГДА Я СТАЛА ПРИЕМНОЙ МАМОЙ?</p> <p>ФОРМАТ: ФОТО И ТЕКСТ В ЛЕНТЕ; А ТАКЖЕ ПОДРОБНОЕ ИЗУЧЕНИЕ И ОБСУЖДЕНИЕ В СТОРИС.</p> <p>ЗАДАЧА: ЛОЯЛЬНОСТЬ, ВОВЛЕЧЕНИЕ.</p>



alice.kraskina С ребёнком

Честность в отношении вроде, никто и не спорит. Правило, у взрослых понимания, что с ребёнком выстраивать какие-либо отношения. Ну есть ребенок и есть, и вообще мал он для правды, и ничего ему лезть во взрослые дела. Вырастет - поймет.

Нет, не поймет. Вырастет и будет знать, что вы скрывали от него фундаментальные вещи, например свои переживания, финансовые проблемы или проблемы в отношениях.

И казалось бы, ну и какое ребенку дело до этих взрослых забот? Да такое, что он тоже станет взрослым и у него будут свои сложности. Но он на вашем примере мог бы понимать как к ним относится, как их решать и как себя чувствовать



alice.kraskina Поглядываю на феномен низкой самооценки 😊

Нннада все исправлять! Страхиваем пыль и поднимаем с пометкой СРОЧНО !

Упражнения для работы с самооценкой:

1) Организовываем себе тишину и садимся писать список «что мне в себе нравится и что не нравится». Анализируем его: от каких пунктов вы чувствуете дискомфорт? Как вы реагируете на список? (на это может уйти не один день) и после анализа и осознания садимся и прописываем «что я могу изменить

позиции другого - диалог - совместное решение”, то что плохого в том, что дети увидят грамотное разрешение конфликта?

Или возьмем в пример финансовые трудности, когда они наступают это ощущают все члены семьи, но от детей это тщательно скрывается, опять же “Зачем ребенку знать? Не его дела”. Но финансовые трудности касаются всех членов семьи, а значит кто-то что-то недополучит. И взрослые часто стараются уберечь ребенка от этих лишений, чтобы он ничего не заметил.

в себе, чтобы обрести комфорт?». Ну дальше вы понимаете, что второй список за вас никто исполнять не будет.

2) И снова в полной тишине (для лучшей связи со своим эго) задаём себе вопросы: «Как и за что меня в детстве хвалили?», «Что я чувствовал в этот момент?», «Как и за что меня в детстве ругали? Как я себя чувствовал?». Поговорите с тёмной частью себя, подумайте, позлитесь или порадитесь. А теперь я вам вот что скажу: В этой жизни у вас есть только один верный и надёжный спутник, знающий вас в радости и горе, тот кто будет рядом постоянно. И это вы сами. Больше никто никаких

и не давая им информации, почему вы стали реже пропадать на работе, или нашли новую; почему вы без настроения и ва голова всегда занята мыслями; почему вы ссоритесь с партнер вы их не оберегаете, а создаете волшебный мир без проблем 😊

Подводя итоги можно сказать, если вы откровенны с ребенком всех своих провалах и победах даете ему бесплатный урок выживания на Земле. Доверяя своим детям вы получаете поддержку не меньше той, которую сами давали им ❤️

гарантий не давал. И, к сожалению, во взрослой жизни похвалы нам почти не светит. Так что берём в руки своего главного члена поддержки (себя самого) и начинаем хвалить себя сами.

Если не получилось достигнуть эффекта своими силами, то можно нажать на ссылку в шапке профиля



alice.kraskina 12 типичных фраз наших родителей

✗ Без высшего куда ✗

☑️ Слава Богу, что наличие высшего образование на сегодняшний день не является единственной заслугой, благодаря которой, человек автоматически становится успешным. По данным Роструда на 2020 год, 73% людей работают НЕ по полученной специальности. 73%! Столько людей зря потратили 4 года своей молодости чтобы получить образование, которое им не нужно. Я бы сказала, что без профессии куда, но профессия должна быть интересной и любимой. Без знаний в своей области тоже особо не

продвинешься. Но идти в ВУЗ ради ненужного образования - самая неэффективная трата времени и сил. (Врачи, юристы, педагоги, летчики, инженеры, строители, архитекторы - сюда не относятся)

✗ Ниче, нас били и видишь, нормальными выросли ✗

✗ Есть такое слово “НАДО” ✗

☑️ Да, есть такое слово, а еще оно, по-хорошему, должно идти в комплекте с эффективностью. Дочке надо идти на танцы, которые вы за нее выбрали и оплатили? Ну надо. А эффективно ли ей посещать занятия, если они вызывают только рвотный рефлекс? Нет. Так что “НАДО” не всегда работает. “НАДО” важно подкреплять эффективностью и смыслом.

✗ Будь умнее - промолчи ✗

☑️ А еще будь покладистее, послушнее, успешнее, тише, и

✗ Я тебя насковозь вижу ✗

☑️ Уникальный человек-рентген:) Дети, слышавшие эту фразу, получают вызов от собственного родителя. Они будут еще сильнее скрываться и пробовать взросление наедине, делая это тайной. Как правило родители используют эту фразу чтобы напугать ребенка, дав ему понять, что любые его шаги и действия уже известны. Это не сблизжает, а наоборот, отдаляет. И, как следствие, ребенок будет искуснее скрываться, но не перестанет быть собой.

ПРОДВИЖЕНИЕ

ЦЕЛЮЮ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ ЯВЛЯЕТСЯ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ.
ПРИ ПРОДУМЫВАНИИ СПОСОБОВ РЕКЛАМЫ БЫЛИ УЧТЕНЫ ОСОБЕННОСТИ КАЖДОГО СЕГМЕНТА.



ТАРГЕТИНГ

В КАЧЕСТВЕ ОДНОГО ИЗ КЛЮЧЕВЫХ СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ АККАУНТА И ПРОДУКТА БЫЛИ РАССМОТРЕНЫ ИНСТРУМЕНТЫ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ.

ПЛЮСЫ ТАРГЕТИНГА ДЛЯ НАШЕГО ПРОЕКТА:

- ПРОСТОТА ТЕСТИРОВАНИЯ ГИПОТЕЗ,
- УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТОМ,
- ГИБКОСТЬ НАСТРОЕК.

ДЛЯ ВСЕХ СЕГМЕНТОВ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ БЫЛИ СОСТАВЛЕНЫ ПО ТРИ СЦЕНАРИЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ И INSTAGRAM.



**СЕГМЕНТ 1
ДЕВУШКИ 18-25 ЛЕТ
ПЕРЕЕЗЖАЮТ ОТ РОДИТЕЛЕЙ**

СЦЕНАРИИ ТАРГЕТИНГА	РЕТАРГЕТИНГ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 18-25 ИНТЕРЕСЫ: ОТНОШЕНИЯ, СЕМЬЯ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 10000	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСЬЮ (ПЕРЕШЛИ ПО ССЫЛКЕ)
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 18-25 ИНТЕРЕСЫ: ОТНОШЕНИЯ, СЕМЬЯ ПОДПИСЧИКИ: МОТИВАЦИОННЫХ СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 5900	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПО ПИКСЕЛЮ + ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ВОЗРАСТУ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 18-25 ИНТЕРЕСЫ: НЕДВИЖИМОСТЬ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 9000	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ФАЙЛ - В ПАРСЕРЕ ВЫБИРАЕМ АКТИВНЫХ ПОДПИСЧИКОВ КОНКУРЕНТОВ И СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ)

**СЕГМЕНТ 2
ЖЕНЩИНЫ 30-45 ЛЕТ
ПЛАНИРУЮТ ЗАВЕСТИ ПРИЕМНОГО РЕБЕНКА**

СЦЕНАРИИ ТАРГЕТИНГА	РЕТАРГЕТИНГ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-45 ИНТЕРЕСЫ: СЕМЬЯ И ДЕТИ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ И СООБЩЕСТВ О ПРИЕМНОЙ РОДИТЕЛЬСТВЕ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 10000	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСЬЮ (ПОНРАВИЛАСЬ ЗАПИСЬ)
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-45 ИНТЕРЕСЫ: СЕМЬЯ И ДЕТИ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ДЕТСКИХ ДОМОВ, ФОНДОВ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 5600	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ФАЙЛ - В ПАРСЕРЕ ТЕХ, КОМУ НРАВЯТСЯ ПОСТЫ ОБ УСЫНОВЛЕНИИ В ГРУППАХ ФОНДОВ И ДЕТСКИХ ДОМОВ)
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-45 ИНТЕРЕСЫ: СЕМЬЯ И ДЕТИ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ДЕТСКИХ ДОМОВ, ФОНДОВ И СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ ОТНОШЕНИЙ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 12000	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПОХОЖАЯ АУДИТОРИЯ ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСЬЮ

**СЕГМЕНТ 3
ЖЕНЩИНЫ 30-40 ЛЕТ
НАХОДЯЩИЕСЯ НА ГРАНИ РАЗВОДА**

СЦЕНАРИИ ТАРГЕТИНГА	РЕТАРГЕТИНГ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-40 СТАТУС: В БРАКЕ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ ОТНОШЕНИЙ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 6100	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПО ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С РЕКЛАМНОЙ ЗАПИСЬЮ (ПЕРЕШЛИ ПО ССЫЛКЕ)
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-40 ИНТЕРЕСЫ: СЕМЬЯ И ДЕТИ ПОДПИСЧИКИ: СООБЩЕСТВ ПО ПСИХОЛОГИИ И СООБЩЕСТВ О БРАКЕ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 3100	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ ФАЙЛ – В ПАРСЕРЕ «ТОП ЧИТАТЕЛИ» ПСИХОЛОГМЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-40 ИНТЕРЕСЫ: СЕМЬЯ И ДЕТИ СЛУШАЮТ МУЗЫКУ: МЕДИТАЦИИ (ОТНОШЕНИЯ), АВТОРОВ КНИГ ПО ПСИХОЛОГИИ ОТНОШЕНИЙ. РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 4300	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПОХОЖАЯ АУДИТОРИЯ НА «ТОП ЧИТАТЕЛЕЙ»



СЕГМЕНТ 1
ДЕВУШКИ 18-25 ЛЕТ
ПЕРЕЕЗЖАЮТ ОТ РОДИТЕЛЕЙ

СЦЕНАРИИ ТАРГЕТИНГА	РЕТАРГЕТИНГ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 18-25 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И СЕМЬЯ И СТРЕСС	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ВОВЛЕЧЕННОСТЬ - ПО INSTAGRAM АККАУНТУ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 18-25 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И НЕДВИЖИМОСТЬ	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ ВСЕ, КТО ЗАПОЛНЯЛ ФОРМУ ГЕНЕРАЦИИ ЛИДОВ – БЕСПЛАТНЫЙ ВЕБИНАР
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: РОССИЯ ВОЗРАСТ: 18-25 ИНТЕРЕСЫ: РОДИТЕЛЬСКИЙ КОНТРОЛЬ	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПОХОЖАЯ АУДИТОРИЯ С ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПО INSTAGRAM АККАУНТУ

СЕГМЕНТ 2
ЖЕНЩИНЫ 30-45 ЛЕТ
ПЛАНИРУЮТ ЗАВЕСТИ ПРИЕМНОГО РЕБЕНКА

СЦЕНАРИИ ТАРГЕТИНГА	РЕТАРГЕТИНГ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-45 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И УСЫНОВЛЕНИЕ	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ВОВЛЕЧЕННОСТЬ - СОХРАНЯЛ ПОСТЫ В ЗАКЛАДКИ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-45 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И УСЫНОВЛЕНИЕ И МОТИВАЦИЯ РАЗМЕР ПОЛУЧИВШЕЙСЯ АУДИТОРИИ: 8900	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПИКСЕЛЬ ПОСЕТИТЕЛИ САЙТА
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-45 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И ДЕТСКИЙ ДОМ	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПОХОЖАЯ АУДИТОРИЯ С ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПО INSTAGRAM АККАУНТУ

СЕГМЕНТ 3
ЖЕНЩИНЫ 30-40 ЛЕТ
НАХОДЯЩИЕСЯ НА ГРАНИ РАЗВОДА


СЦЕНАРИИ ТАРГЕТИНГА	РЕТАРГЕТИНГ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-40 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И В БРАКЕ И АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ВОВЛЕЧЕННОСТЬ - СМОТРЯТ ВИДЕО В АККАУНТЕ
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-40 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И В БРАКЕ И РАЗВОД	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПИКСЕЛЬ ПОСЕТИТЕЛИ САЙТА
ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА ГЕО: САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВОЗРАСТ: 30-40 ИНТЕРЕСЫ: ПСИХОЛОГИЯ И В БРАКЕ И МЛАДЕНЕЦ, БЕРЕМЕННОСТЬ И СТРЕСС	ЦЕЛЬ: ПОДПИСКА СЦЕНАРИЙ: ПОХОЖАЯ АУДИТОРИЯ С ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПО INSTAGRAM АККАУНТУ

ПРИМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ

test
Рекламная запись

А вы знали, какой кайфовой жизнью можно жить, когда ты сам творец своей судьбы? Даже взрослые бумажки, коммуналка и уборка не портит настроение, если ты сам задаешь вектор своей жизни. Никаких тебе больше запретов, указаний и недоверия. Но вот незадача, к этому тоже нужно быть готовым. Итак, надо составить план 3-х шагов:

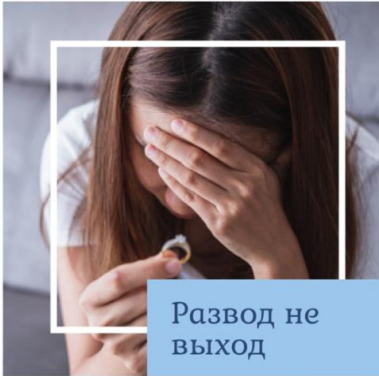
- Подготовка родителей к твоей самостоятельной жизни
- Избавиться от страха неудачи
- А третий шаг самый большой, о нем я рассказываю подробно в аккаунте



ПОГОВОРИМ О СЕПАРАЦИИ

test
Рекламная запись

Все, что вас так пугало в усыновлении - теперь не проблема!
Ведь я могу ответить на ваши вопросы.
В аккаунте вы узнаете:
Как подготовить семью к усыновлению ребенка
Какие этапы вас ждут и как с ними справляться
И получите ответ на самый частый вопрос: как наладить связь с приемным ребенком, чтобы он стал членом семьи
Я Алиса, психолог и приемная мама 11-летнего подростка
Знаю об этом не понаслышке, позвольте мне поделиться с вами ответами



Развод не выход

test
Рекламная запись

Процент разводов с каждым годом увеличивается, и сегодня мы столкнулись с 65% разводов на 100% брака. Но как изменилась бы статистика, будь эти 65%, подписаны на мой аккаунт?
Для того, чтобы не увеличивать статистику, важно разобраться с проблемами в браке и наладить взаимоотношения с партнером.
В аккаунте мы часто разбираем проблемы семьи, и находим пути их решения.
Я предлагаю нам совместными усилиями снижать процент разводов, и увеличивать процент счастья в семьях.



Все, что вас так пугало в усыновлении - теперь не проблема!

БЮДЖЕТ

ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ОПРЕДЕЛИТЬ ФИНАНСОВО БЕЗОПАСНЫЙ ДИАПАЗОН ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО ТЕСТИРОВАНИЯ БЫЛА ПРОСЧИТАНА МАКСИМАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ КЛИКА.

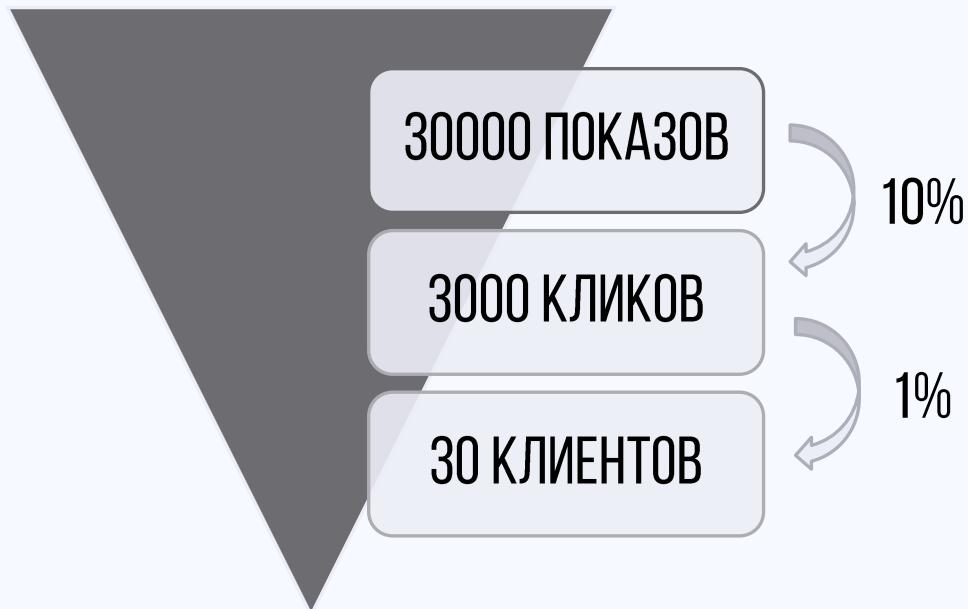
ЖЕЛАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ – 30 КЛИЕНТОВ.
БЮДЖЕТ НА 3 МЕСЯЦА = 50 000 Р.

ПРОГНОЗИРУЕМАЯ КОНВЕРСИЯ ИЗ КЛИКОВ В ПРОДАЖИ (КОНВЕРСИЯ САЙТА) = 1 %, А СТР = 10 %

СЛЕДОВАТЕЛЬНО КОЛИЧЕСТВО КЛИКОВ – 3000,
А СТОИМОСТЬ КЛИКА: 16,66 РУБ.
КОЛИЧЕСТВО ПОКАЗОВ – 30 000
СТОИМОСТЬ ПОКАЗА – 1,6 Р.

МАКСИМАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ КЛИКА СОСТАВЛЯЕТ
17 РУБЛЕЙ, А ЗА ПОКАЗ – 1,6 РУБЛЕЙ.

СТОИМОСТЬ КЛИЕНТА 1 600 Р. СРЕДНИЙ ЧЕК = 5 000 Р.



КОНТЕНТ

ER ОБЩИЙ

ER - ОТДЕЛЬНО ЛАЙКИ / КОММЕНТАРИИ / РЕПОСТЫ

ER – ОТДЕЛЬНО ТИПЫ КОНТЕНТА / РУБРИКИ / ТЕМЫ / ФОРМАТЫ КОНТЕНТА

АУДИТОРИЯ АККАУНТА

ОХВАТ ПОСТОВ

ПОСЕЩЕНИЕ ПРОФИЛЯ

ПОДПИСКИ

ОТПИСКИ

СООБЩЕНИЯ

НЕГАТИВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ
(БЛОКИРОВКА, ЖАЛОБЫ)

ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

ПО КАЖДОМУ РЕКЛАМНОМУ КАНАЛУ

ПРОСМОТРЫ

ОХВАТ

КЛИКИ

ЗАЯВКИ

ПРОДАЖИ

БЮДЖЕТ

СТОИМОСТЬ ЛИДА

СТОИМОСТЬ КЛИЕНТА

КОНВЕРСИЯ 1

КОНВЕРСИЯ 2

КОНВЕРСИЯ 2

ЗАШЛИ В ПРОФИЛЬ

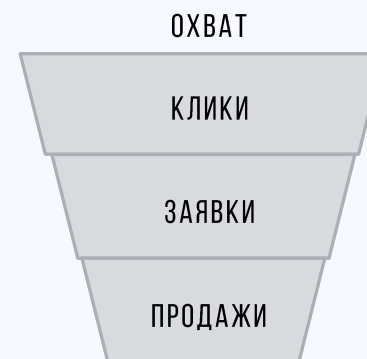
ПОДПИСАЛИСЬ

БЮДЖЕТ

СТОИМОСТЬ ПОДПИСЧИКА

КОНВЕРСИЯ 1

КОНВЕРСИЯ 2



ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
СПРОСА И НИШИ



СТРАТЕГИЯ,
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В
АККАУНТЕ

КАРТА ОБРАЗОВ

КАРТА ЦА

АНАЛИЗ ПРОДУКТА

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

КОНТЕНТ-ПЛАН

СИСТЕМА КЛЮЧЕВЫХ СООБЩЕНИЙ
НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ВРОНКИ

АНАЛИЗ МОДЕЛИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
ПУТЕШЕСТВИЯ

ПЛАН
ПРОДВИЖЕНИЯ

МЕДИАПЛАН

СТРАТЕГИЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

СИСТЕМА МЕТРИК ДЛЯ АНАЛИЗА

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ