

16 лет на рынке
5 лет перфоманс-подхода
600+ ГОТОВЫХ ПРОЕКТОВ

Digital-агентство Космос-Веб — продакшн, реклама,
аналитика и развитие проектов в цифровой среде.

КОСМОС-ВЕБ

Воркшоп

SMM-стратегия

Алёна Пяткова, руководитель SMM-направления
Анастасия Цапина, SMM-специалист

Что такое стратегия?

Стратегия — долгосрочный план
действий для достижения
большой цели.

Что такое стратегия?

SMM-стратегия — долгосрочный план
действий для достижения большой
цели при продвижении в соцсетях

Реальность

- Страхи:
этой аудитории нет в соцсетях
- Стереотипы:
B2B не покупают в соцсетях
- Смотрим по себе:
я владелец бизнеса, я не пользуюсь
инстаграмом
- Стратегические ошибки:
нет грамотной аналитики, нет стратегии



- Присутствие ради присутствия
- Таргет ради таргета, «слив» бюджета
- Интуитивное принятие решений



SMM не про продажи



SMM оторван от общей маркетинговой
и бизнес-стратегии

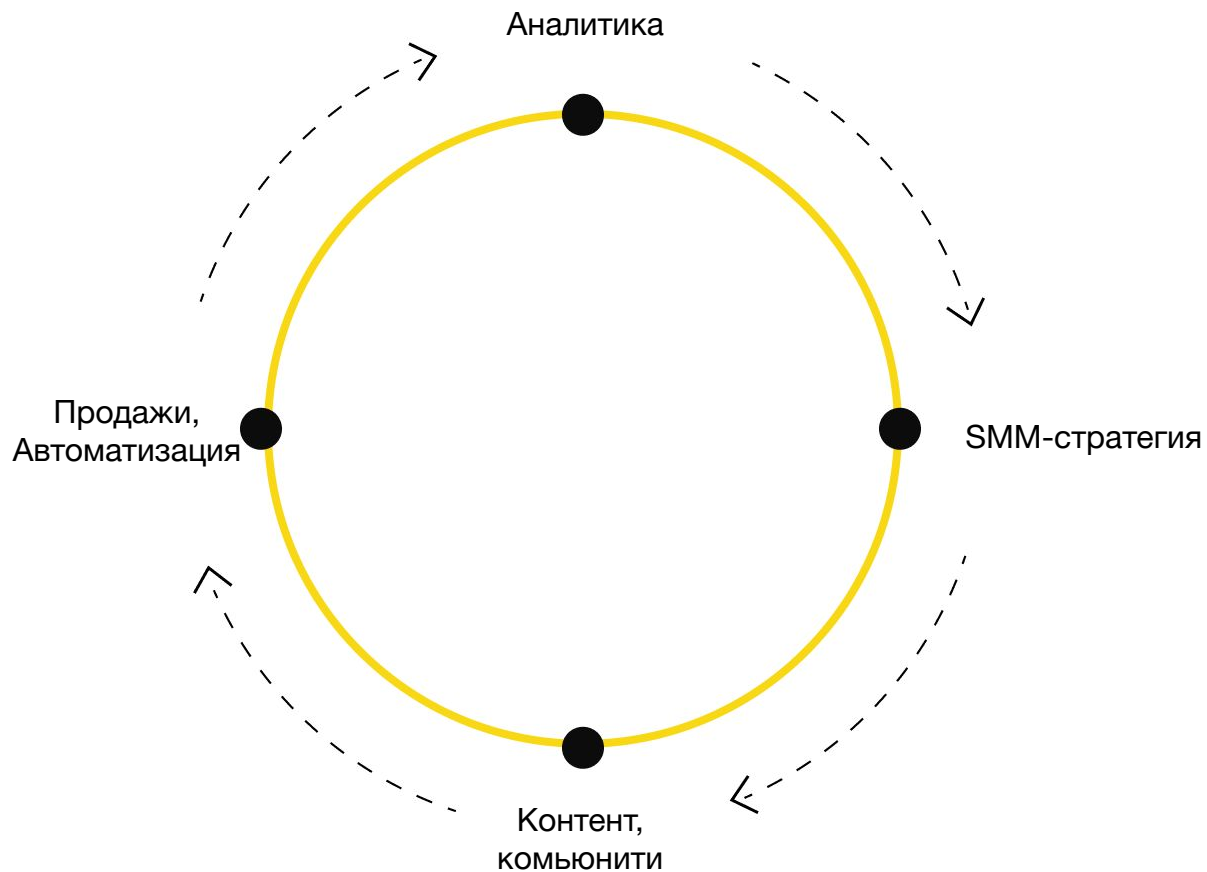
Из чего состоит SMM?



Ведение проекта

Создание контента	Коммуникация	Продвижение
Организация съемок: подготовка фото и видео по контент-плану	Работа с обратной связью, создание комьюнити	Вовлечение, охват, узнаваемость: продвижение постов и историй, привлечение подписчиков
Дизайн: публикации, оформление аккаунта	Сторителлинг и создание инфоповодов, стимулирующих коммуникацию и формирующих образ бренда	Трафик на сайт: лидмагниты, акции, продвижение товаров
Тексты: посты, истории, сценарии для конкурсов и игр	Работа с репутацией бренда	Digital PR: работа с блогерами, партнерские активности, создание инфоповодов для пользовательского контента (UGC), благотворительность

Этапы SMM с 2020



SMM-стратегия: этапы

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

SMM-стратегия: этапы

Этапы

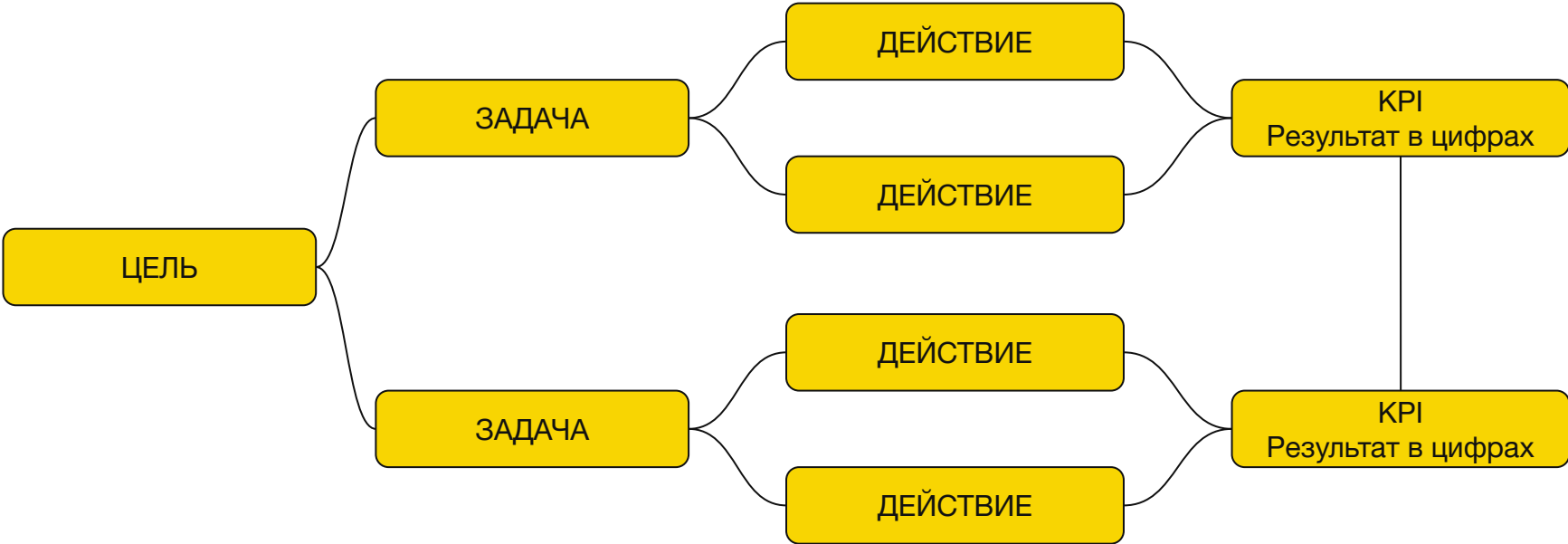
1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

Цель и задачи

- **Цель:**
итог нашей системной работы

- **Задачи:**
конкретные шаги, необходимые
для достижения цели

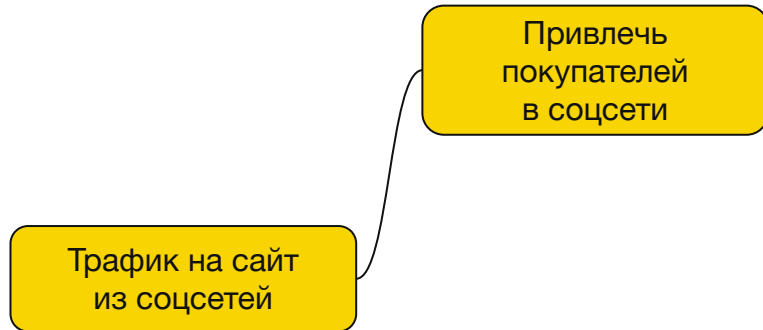
SMM-стратегия



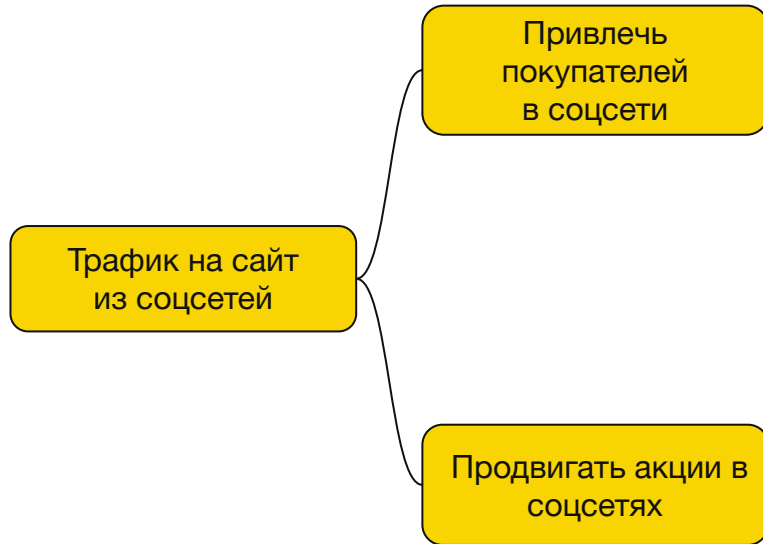
SMM-стратегия: пример

Трафик на сайт
из соцсетей

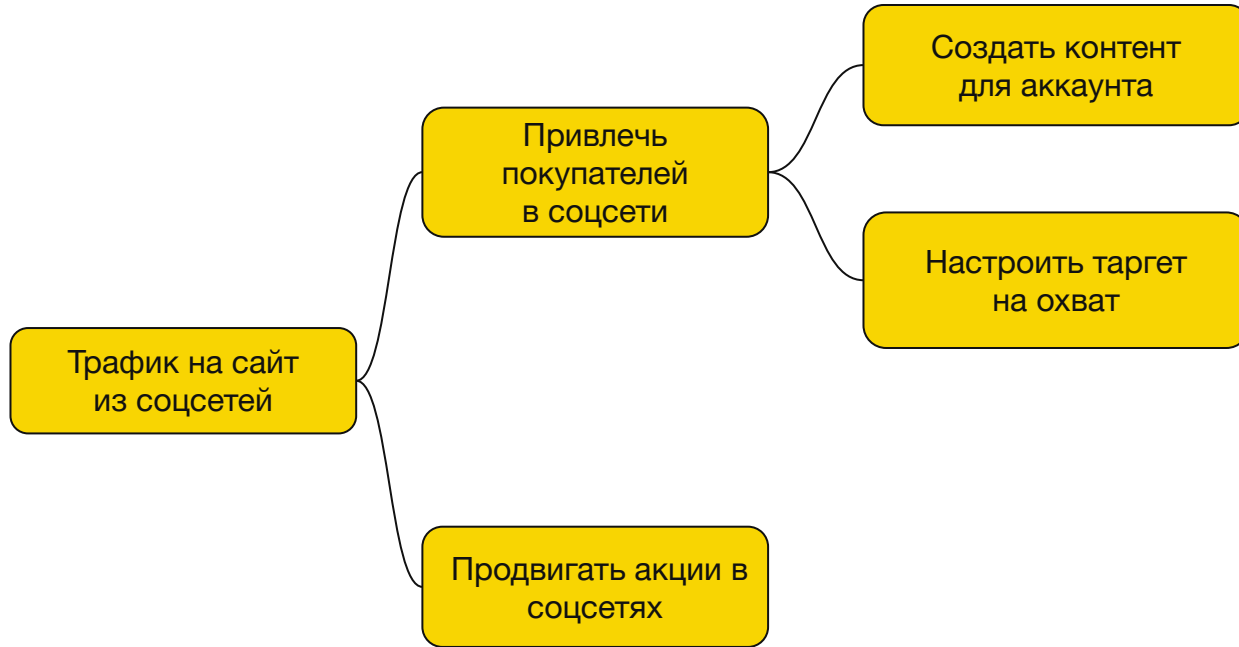
SMM-стратегия: пример



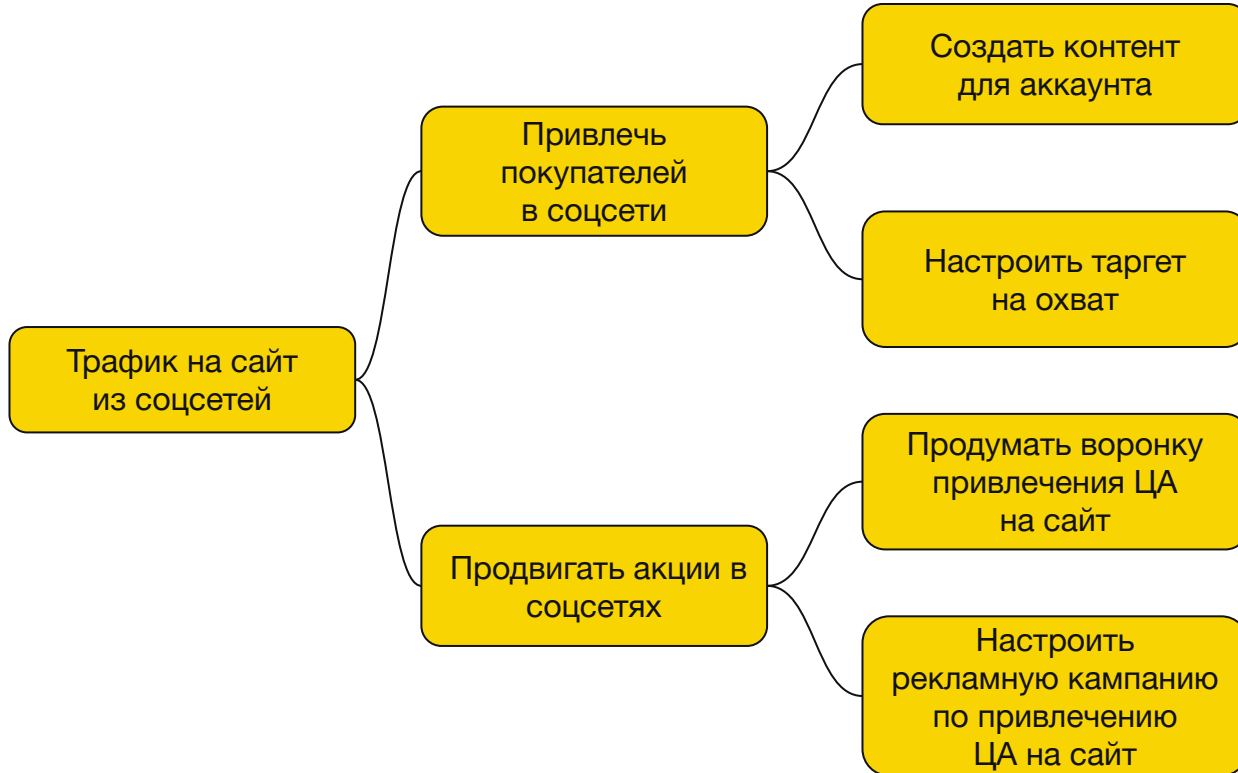
SMM-стратегия: пример



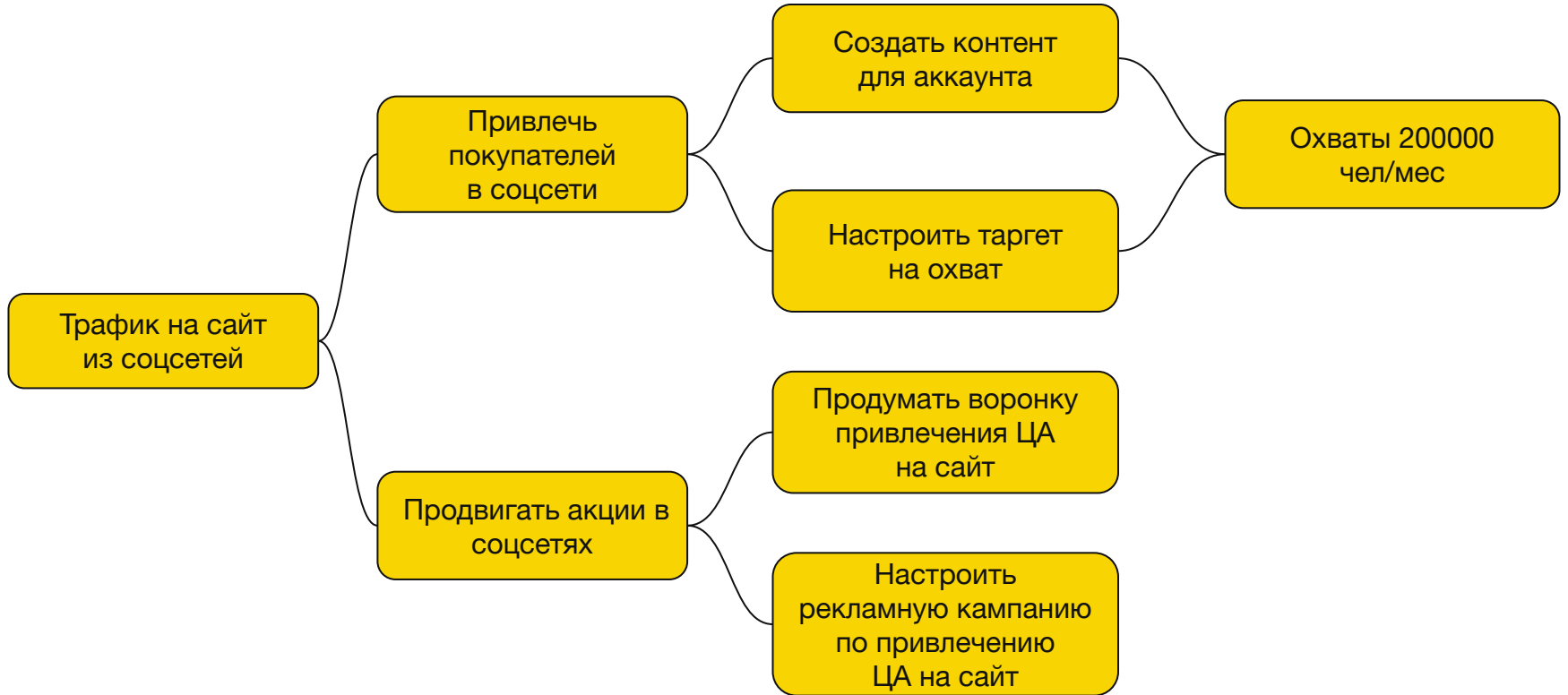
SMM-стратегия: пример



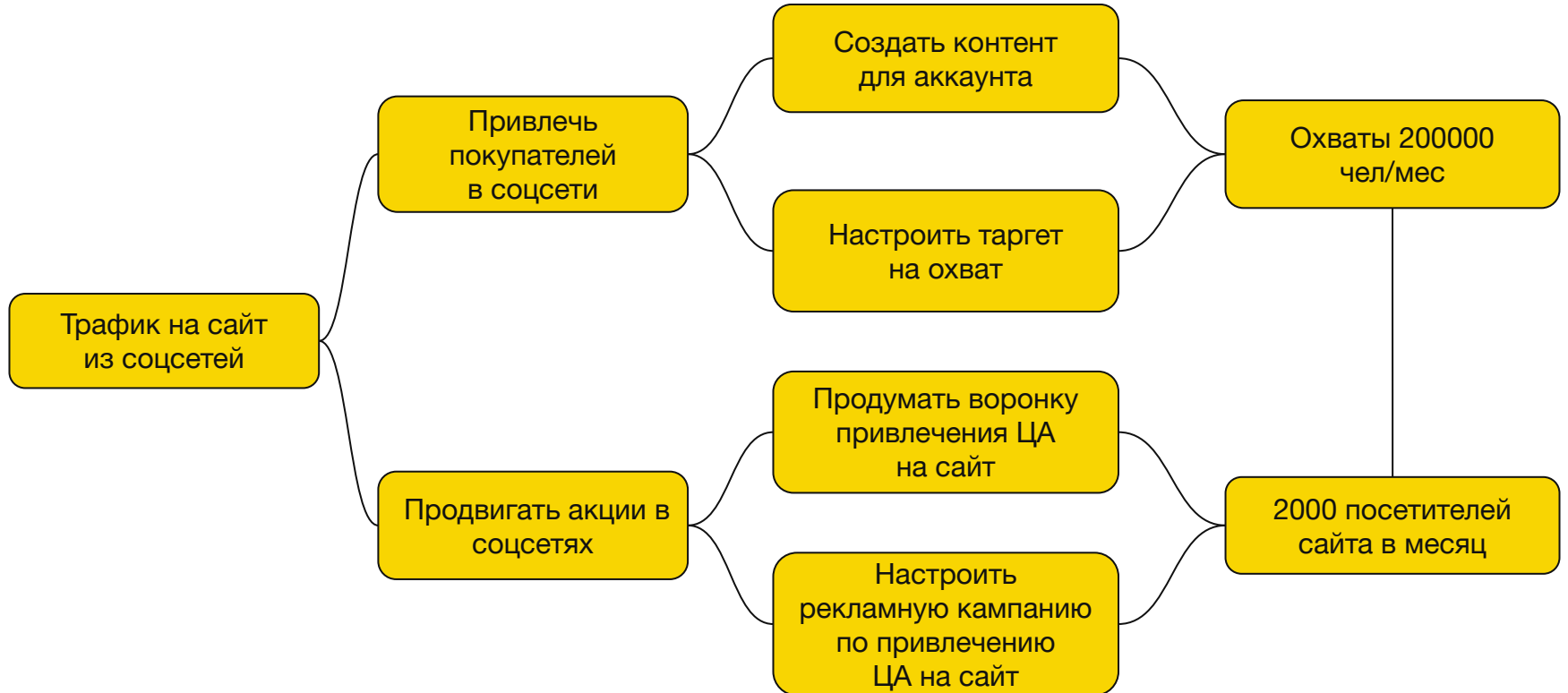
SMM-стратегия: пример



SMM-стратегия: пример

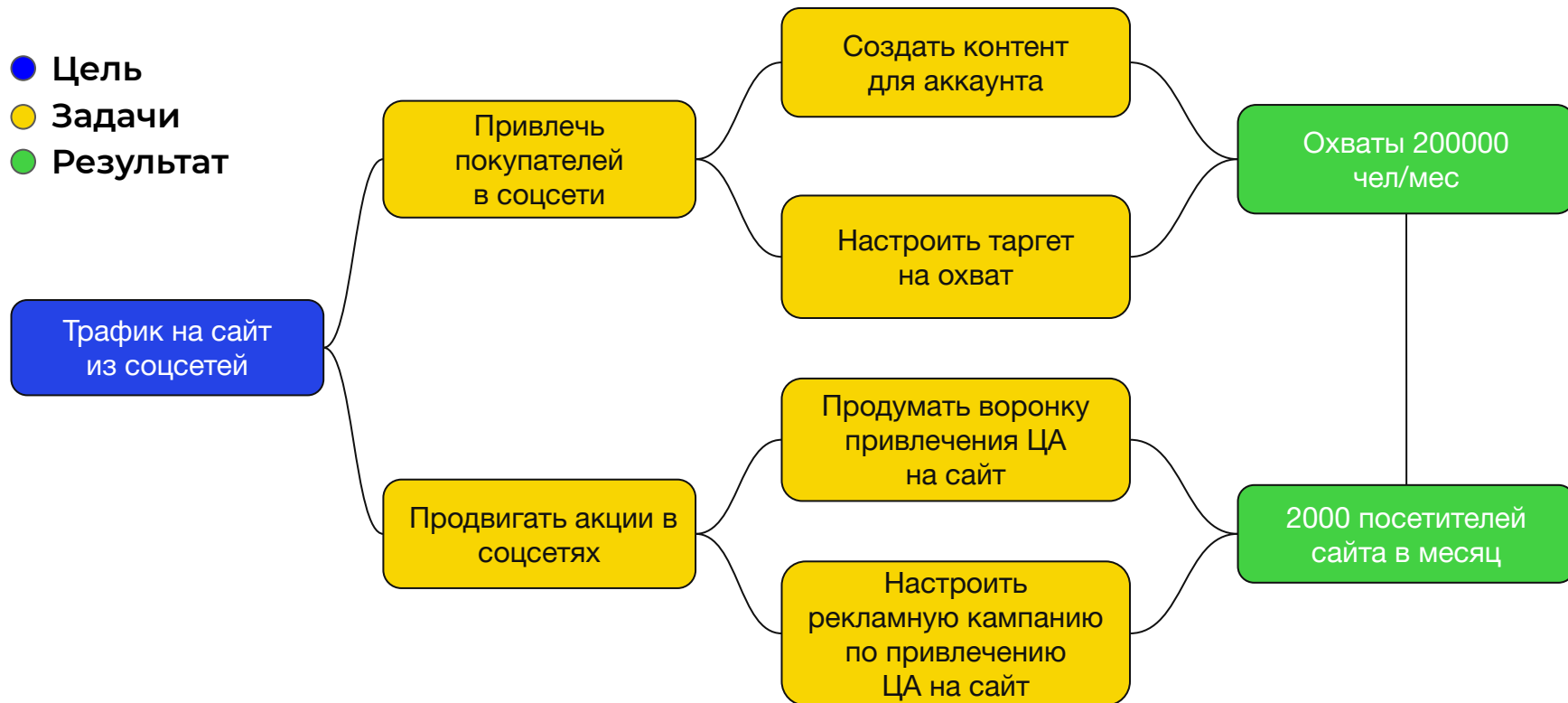


SMM-стратегия: пример



SMM-стратегия: пример

- Цель
- Задачи
- Результат



Как к этому пришли?

Как к этому пришли?

- SMM-стратегия
- Гипотезы относительно бизнес-целей
- Аудиты и «ожидание — реальность»
- SWOT-анализ

Цели по SMART

Specific, Measurable, Achievable, Relevant,
Time bound

- Конкретные
- Измеримые
- Достижимые
- Значимые
- С четкими сроками

Цели в SMM-стратегии

Цели в SMM-стратегии		
Соцсети	Бренд	Продажи
Повышение суммарного охвата по всем социальным сетям с 50 000 до 500 000	Позиционирование: Сформировать устойчивую ассоциацию «N — экологичный бренд» к концу года	Организация процесса продаж в соцсетях: разработка регламента и скриптов работы, подключение сервисов к 1.09.21
Повышение уровня вовлеченности в Instagram с 0.95% до 4.5% к началу сезона (сентябрь)	Узнаваемость: Увеличение количества целевых подписчиков для региона А до с 30000 до 60000	Увеличение кол-ва переходов на сайт из соцсетей и кол-во регистрации в личном кабинете в сентябре 2021 в 2 раза (сравнение с 2020)
Увеличение количества целевых подписчиков во всех соцсетях суммарно в 2 раза через 6 месяцев	Создание комьюнити: среднее кол-во комментариев под постом — 100 к январю 2022 года	Увеличение кол-ва лидов из ВК в 1,5 раз к 15.09.21

ПРАКТИКА №1



Домашнее задание №1

- Найти слабые стороны в SMM:
соцсети, бренд, продажи
- Соотнести слабые стороны
с бизнес-целями
- Сформулировать цели в SMM
по SMART
- Заполнить таблицу
приоритетными целями

Домашнее задание №1

Ваши слабые стороны

Соцсети

Бренд

Продажи

Цели в SMM

Соцсети

Бренд

Продажи

Домашнее задание №1

- Цель
- Задачи
- Результат



Проверка и вопросы

- la@cosmos-web.ru
- Тема: Воркшоп по SMM-стратегии
- Ссылки на сайт и соцсети
- Домашка и вопросы

SMM-стратегия: этапы

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

SMM-стратегия: этапы

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

Конкурентный анализ

- Брифинг клиента
- Поиск в соцсетях
- Поиск в Google/Яндекс
- Парсинг по ключевым словам



ФОРМИРУЕМ СПИСОК

Google search results for "пицца новосибирск". The search bar shows "пицца новосибирск". The results list several pizza delivery services in Novosibirsk, each with a URL, title, and a brief description. The results are:

- <https://dodopizza.ru> - **Додо Пицца Новосибирск | Сеть пиццерий №1 в России**
Пицца от 245 рублей. Быстрая бесплатная доставка домой и в офис. Показываем в прямом эфире, как готовим вашу пиццу.
Вы посетили эту страницу несколько раз (4). Дата последнего посещения: 29.03.21
- <https://papajohns.ru> - **Доставка пиццы в Новосибирске | Папа Джонс Пицца**
Доставка пиццы в Новосибирске от Papa John's. Закажите горячую пиццу на дом или в офис. Быстрая бесплатная доставка пиццы в удобное для Вас ...
- <https://grimica.ru> - **Пицца в Новосибирске с доставкой на дом: заказать пиццу**
Мы осуществляем доставку свежей, горячей пиццы по всему Новосибирску. В нашем каталоге большой выбор пиццы разных видов и размеров.
- <https://primepizza.ru> - **Доставка пиццы в Новосибирске || Prime Pizza — вкусная ...**
Prime Pizza — современная служба доставки вкусной пиццы. Мы делаем вкусную пиццу и предоставляем клиентам безупречный и экспрессивный ...
- <https://redhotpizza.ru> - **RedHotPizza - Доставка еды в Новосибирске**
Доставка вкусной пиццы домой и в офис, салатов и закусок.
- <https://mozzapizza.ru> - **Пицца с доставкой на дом заказать в Новосибирске**

Screenshot of a social media search results page for "пицца Новосибирск". The search bar shows "пицца Новосибирск". The results are categorized into "Лучшие", "Аккаунты", "Метки", and "Места". The "Аккаунты" section lists several pizza-related accounts with their profile pictures and names:

- pizzasinizza**
Пицца Синица | Новосибирск
Подписаны: lev_julia и 8
- dodonovosib**
Додо Пицца Новосибирск
Подписаны: magysrg и 1
- nskrapajohns**
Пицца Папа Джонс | Новосибирск
Подписаны: rabbit.in.a.habit и 1
- crazy_brothers_nsk**
Пицца Новосибирск CrazyBro
Подписаны: happy_choice_nsk
- Додо Пицца Новосибирск**
Красный пр., 17
- potehin_food**
Potehin пицца суши Новосибирск
- kushaisushi**
Суши и пицца Новосибирск
- mozzapizza_nsk**
ПИЦЦА | ПАСТА | НОВОСИБИРСК
- #пищановосибирск**

Как изучать конкурентов?

- Сервисы аналитики соцсетей (LiveDune, Popsters)
- Парсеры (Церебро, TargetHunter)
- Ручной мониторинг (упоминания, отзывы, библиотека рекламы)


Ручной мониторинг

Критерий	Пояснение
Оформление и товары	Оформлено в фирменном стиле? Есть ли возможность купить?
Регулярность публикации постов	Активно ли ведут группы?
Темы постов	О чем пишут?
Тональность коммуникации	Как обращаются к подписчикам: серьезно, на «вы»/ неформально, на «ты»
Иллюстрации и фотографии	Качественные? Стоковые? Используется ли графика? Анимация?
Работа с контентом от подписчиков	Есть ли отметки пользователей и используют ли это в контенте?
Конкурсы и другие активности	Есть ли игры, розыгрыши, конкурсы, опросы?


Ручной мониторинг

- Длительность ответа
- Тон общения
- Есть ли чат-бот?
- Ответы на комментарии
- Общение в обсуждениях


сегодня

 **Алёна** 16:33
Привет!

> **Пицца Синица Доставка пиццы Новос...** 16:33
Здравствуйте!)


 **Алёна** 16:34
Мне было интересно, используете ли вы чат-бот в сообщениях :))


> **Пицца Синица Доставка пиццы Новос...** 16:38
Лично каждому отвечаем 😊


 **Алёна** 16:43
Круто) Ну ладно, спасибо за ответ)


> **Пицца Синица Доставка пиццы Новос...** 16:45
Хорошего вам вечера 😊


сегодня


 **Алёна** 16:33
Привет!

 **Додо Пицца Россия** 16:34
Привет, Алёна!
Чем можем помочь?

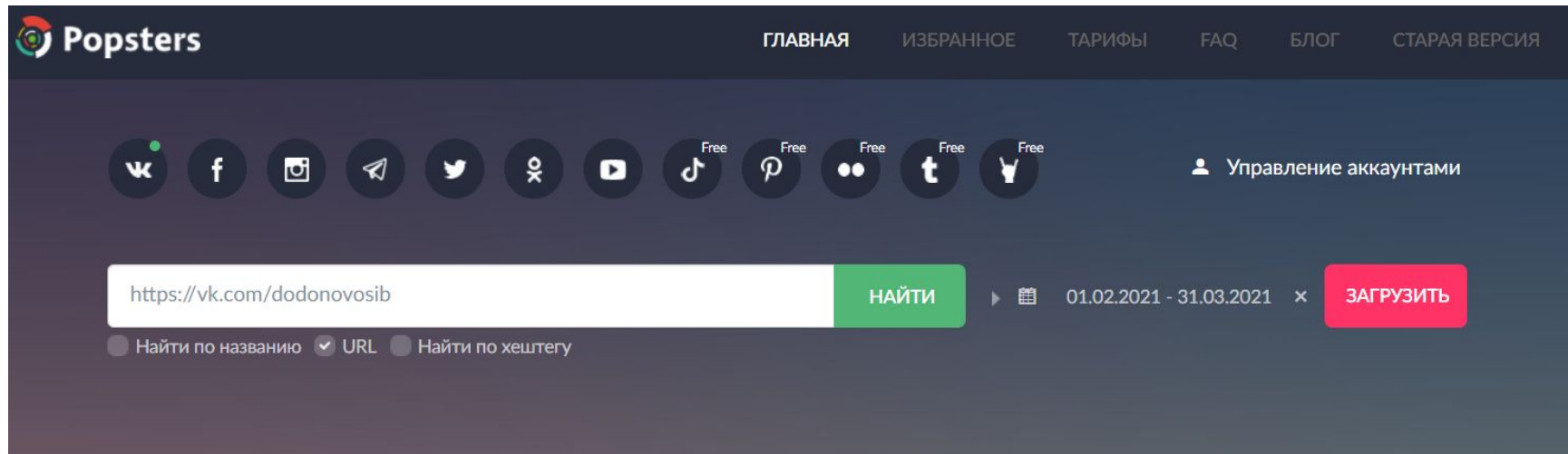
 **Алёна** 16:34
Мне было интересно, есть ли у вас чат-бот в сообщениях :))

 **Додо Пицца Россия** 16:36
Нет, тут не боты, тут мы 😊

 **Алёна** 16:36
😊 круто, еще и так быстро отвечаете)
ладно, хорошего дня, закажу как-нибудь вашу пиццу, соцсети огонь ❤️

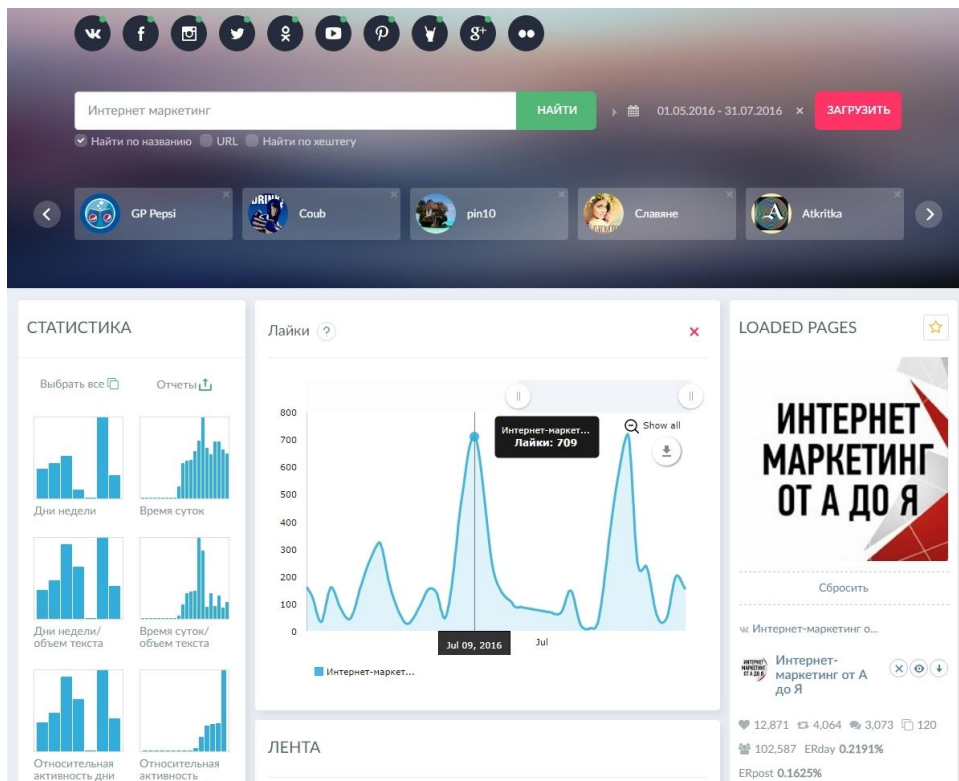
 **Додо Пицца Россия** 16:38
Спасибо и вам хорошего дня!
Будем с нетерпением ждать ваших заказов ❤️

Сервисы аналитики соцсетей

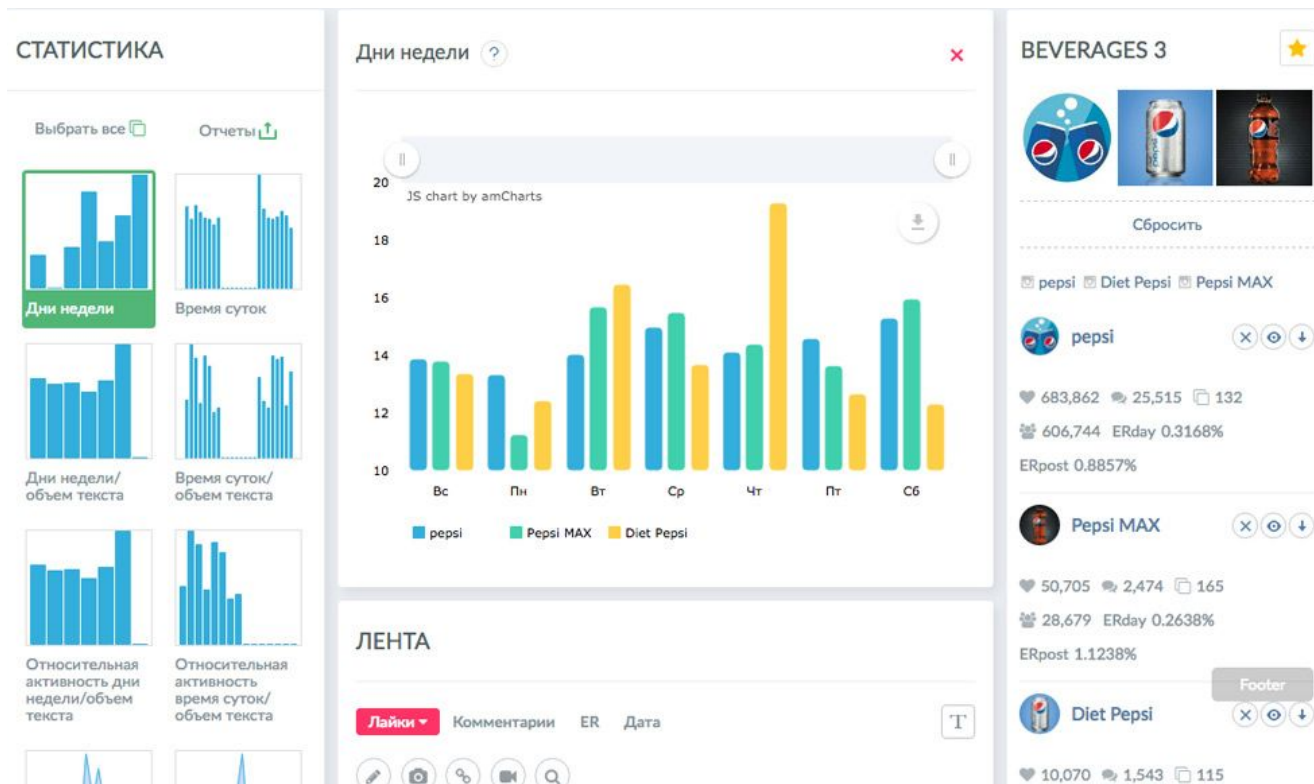


[Popsters](#) - анализ контента в соцсетях

Сервисы аналитики соцсетей

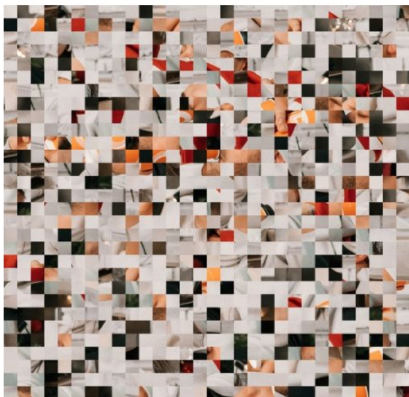


Сервисы аналитики соцсетей



Сервисы аналитики соцсетей

25.02.2021 / 19:30 ERpost 0.483% ERview 2.701% ♥ 123 ↗ 11 🗨️ 96 🔄 8516



Мы объявляем РОЗЫГРЫШ! 🎉

Условия просты: поставьте лайк этому посту, отгадайте, что изображено на картинке (три основные фигуры) и напишите свой ответ (один!) в комментариях!

Итого подведём уже завтра после 12:00. С помощью рандомайзера мы определим победителя среди правильных ответов, а если никто не догадается, то будем определять победителя рандомно из всех

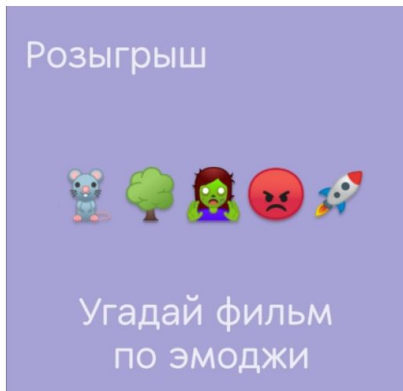
[ПОКАЗАТЬ ПОЛНОСТЬЮ](#)

В избранное



К записи

25.03.2021 / 19:30 ERpost 0.533% ERview 3.477% ♥ 122 ↗ 11 🗨️ 121 🔄 7305



Мы зашифровали название фильма смайликами 🤖

Угадайте по эмоджи, какой фильм мы загадали и выиграйте вкуснейший Ланчбкс 🍕🍷

Условия участия в розыгрыше:

1. Поставить лайк под этим постом
2. В комментариях написать свой вариант ответа (один!)

[ПОКАЗАТЬ ПОЛНОСТЬЮ](#)

В избранное



К записи

04.02.2021 / 21:01

ERpost 5.033% ERview 0.915% ♥ 2060 ↗ 184 🗨️ 154 🔄 262207



РОЗЫГРЫШ согревающих супермясных комбо от Додо Пиццы!!! Зима тоже может быть горячей 🍕

Любители мясного, пристёгивайтесь! В феврале мы дарим 15 СУПЕРМЯСНЫХ КОМБО! В набор входят: сочные Супермясная и Мясная пиццы 25 см, сытные и пикантные Двойная Пепперони и Цыплёнок Барбекю 25 см 🍕🍷🍷

Горячее супермясное комбо способно растопить даже самое замёрзшее

[ПОКАЗАТЬ ПОЛНОСТЬЮ](#)

[Popsters](#) - анализ контента в соцсетях

Конкуренты: продвижение

Критерий	Пояснение
Таргетированная реклама	Запущены ли рекламные кампании у конкурентов? Какие предложения рекламирует компания?
Посевы в тематических пабликах	В каких пабликах еще конкуренты ищут аудиторию? Работает ли это?
Работа с блогерами	С кем из блогеров конкуренты сотрудничают?
Вирусные публикации	Каким образом достигается высокое количество упоминаний и репостов в соцсетях?

Что в таргете у конкурентов?

Библиотека рекламы

В Библиотеке рекламы вы можете искать рекламу, которая показывается в приложениях и сервисах Facebook, в том числе в Instagram.

Библиотека рекламы

Библиотека рекламы обеспечивает прозрачность рекламы. Она содержит все рекламные объявления, которые сейчас показываются в приложениях и сервисах Facebook, включая Instagram, с возможностью поиска.



Поиск рекламы

Советы по поиску

Укажите свое местоположение и выберите категорию объявлений, чтобы начать поиск.





Россия

Все рекламные объявле...

Q coca

X

Рекламодатели

-  Coca-Cola
@cocacolabr · 105,6 млн "Нравится" · Еда и напитки · Бразилия
@cocacola_br · 1,3 млн подписчиков
-  Coca-Cola
@CocaColaUnitedStates · 105,6 млн "Нравится" · Еда и напитки · США
@cocacola · 2,8 млн подписчиков
-  Coca-Cola
@CocaColaMx · 105,6 млн "Нравится" · Еда и напитки · Мексика
@cocacolamx · 158,3 тыс. подписчиков
-  Coca-Cola
@cocacolaar · 105,6 млн "Нравится" · Еда и напитки · Аргентина
@cocacolaar · 274,2 тыс. подписчиков

[Ещё 11 рекламодателей →](#)

Часто задаваемые вопросы

Что такое Библиотека рекламы Facebook и как вып

В Библиотеке рекламы вы можете искать рекламу, которую вы видите.

Вы можете выполнять поиск по всем активным объяв

Вы также можете выполнять поиск по неактивным объяв
политикой. Наша основная задача — обеспечить проз
рекламы также показывается дополнительная информ
охват по нескольким демографическим показателям. Т

Мне нужен аккаунт Facebook, чтобы использовать

Как можно определить рекламу, связанную с воп

Какую рекламу я могу искать в Библиотеке реклам...

Что в таргете у конкурентов?

Парсинг - процесс сбора данных с последующей их обработкой и анализом.

Парсер – программа, которая обеспечивает сбор данных по заданным критериям.

- Активные участники группы конкурентов
- Студенты конкретного вуза
- Друзья именинников
- И многое другое

Что в таргете у конкурентов?

The image shows a screenshot of the VKontakte interface. On the left is a dark sidebar with the following menu items: ВКОНТАКТЕ ОДНОКЛАССНИКИ, Главная, Списки в облаке, ИНСТРУМЕНТЫ (with a search icon), Поиск, Сбор, Активности, Анализ (with a dropdown arrow), Целевые сообщества, Целевые вступления, Популярные люди, Вирусный охват, Популярные аудио, Промопосты (highlighted with a yellow box and a yellow arrow), Топ комментаторы, Пользователи, Сообщества, and Тренды. The main content area is titled 'Сообщества ВКонтакте' and contains a search input field with the placeholder text 'По одной ссылке или id сообщества в строке.' Below this is a section for 'Период поиска промо постов' with two date pickers set to '14.04.2021' and '14.05.2021', and a filter 'За месяц, неделю, три дня, день'. A 'Название задачи' field contains the text 'Любое название для удобного поиска. Можно оставить пустым.' At the bottom of the main area is a dark button with a right-pointing arrow.

Конкуренты

Что с этой информацией делать?

- Использовать ту же аудиторию, но показывать свое предложение
- Расширять аудиторию для взаимодействия, дополнять информацию
- Отстроиться с помощью контента и быть другими
- Сужать аудиторию и работать более точно
- Разрабатывать более выгодное предложение

Креатив = успех

ПРАКТИКА №2



Практика №2

- Найти собственных конкурентов и составить список
- Что в таргете у конкурентов?
Библиотека рекламы Facebook или тестовый период парсера
- Тестовый период Popsters
- Выводы и вопросы

Домашнее задание №2

Критерии оценки		Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
Площадка				
Ссылка				
Контент	Регулярность публикации			
	Темы постов			
	Тональность коммуникации			
	Иллюстрации и фотографии			
	Конкурсы и другие активации.			
	ERpost			
ERday				
Продвижение	Таргетированная реклама			
	Посевы в тематических сообществах			
	Работа с блогерами			
	Вирусные публикации			
Коммуникация	Общение в личных сообщениях сообщества			
	Общение в комментариях			
	Скорость ответа			
	Тональность коммуникации			

SMM-стратегия: этапы

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ, аудитории
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

SMM-стратегия: этапы

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

ПРАКТИКА №3



Грубые ошибки

- Аккаунт невозможно найти
- Ссылки в аккаунте/в рекламе без UTM-меток
- В описании нет преимуществ / нет описания компании / контактов
- Не запущен / Некачественно настроен таргет
- Контент только продающий / Вообще нет информации о товарах
- Информация на сайте и в соцсетях не совпадает
- Нет ответов на комментарии / Не отвечаете в директ
- Запущена реклама, но заявки не обрабатываются

Грубые ошибки

- Аккаунт невозможно найти
- Ссылки в аккаунте/в рекламе без UTM-меток
- В описании нет преимуществ / нет описания компании / контактов
- Не запущен / Некачественно настроен таргет
- Контент только продающий / Вообще нет информации о товарах
- Информация на сайте и в соцсетях не совпадает
- Нет ответов на комментарии / Не отвечаете в директ
- Запущена реклама, но заявки не обрабатываются



Задачи в SMM-стратегии

Что такое UTM-метки?

- Ссылки в аккаунте/
рекламе без UTM-меток

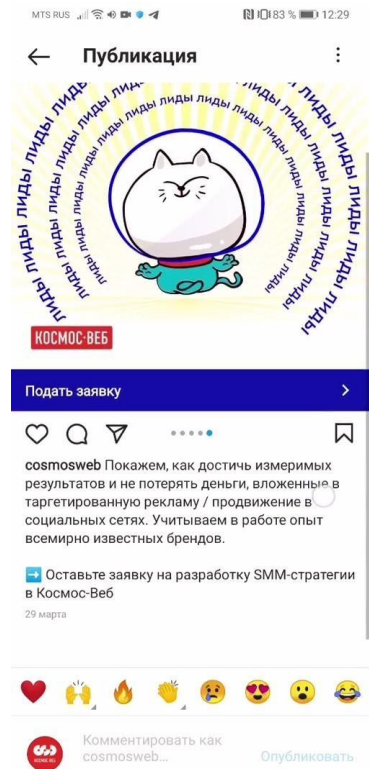


Что такое UTM-метки?

- Откуда человек перешел на сайт?
- Из какой соцсети он перешел на сайт?
- С какого рекламного объявления?

Что такое UTM-метки?

- Реклама SMM-услуг
- CPC (оплата за клик)



Что такое UTM-метки?

Компоновщик UTM-меток

Вставьте свою ссылку:

Выберите источник трафика:

Яндекс.Директ Google Ads myTarget ВКонтакте
Facebook Ads Instagram

Обязательные параметры

Источник кампании:

Тип трафика:

Название кампании:

Дополнительные параметры

Идентификатор объявления:

Ключевое слово:

Результат [Сократить ссылку](#)

Транслитерировать параметры



Что такое UTM-метки?

Компоновщик UTM-меток

Вставьте свою ссылку:

Выберите источник трафика:

Обязательные параметры

Источник кампании:

Тип трафика:

Название кампании:

Дополнительные параметры

Идентификатор объявления:

Ключевое слово:

Результат [Сократить ссылку](#)

Транслитерировать параметры



Что такое UTM-метки?

адрес сайта параметр значение



1

2

1

2

1

2

1

2

1

2

https://cosmos-web.ru?utm_source=instagram&utm_medium=cpc&utm_campaign=SMM&utm_content=123456&utm_term=cosmoscat

ИСТОЧНИК

тип трафика

кампания

номер
объявления

ключевое
слово

Где посмотреть результаты?

The screenshot displays the Yandex.Metrica interface for the account 'ia@cosmos-web.ru'. The left sidebar contains navigation options: Сводка, Отчеты, Карты, Вебвизор, Посетители, Сегменты, Цели, Контент, Интеграции, and Настройка. The main area is divided into three columns: 'Найти отчет' (Find report), 'Стандартные отчеты' (Standard reports), and 'Источники, сводка' (Sources, summary). Under 'Стандартные отчеты', 'Источники' is selected. Under 'Источники, сводка', 'Метки UTM' is highlighted with a red box. The right side shows a line chart for '1,98 % визитов из 46 261' (1.98% of visits from 46,261). The chart shows traffic trends from January 2021 to May 2021, with a significant peak in early April. A legend indicates 'Переходы из социальных сетей' (Transitions from social networks) is checked.

Яндекс.Метрика - счетчики сайта Космос-Веб - источники - UTM

Где посмотреть результаты?

UTM Source, UTM Medium, UTM Campaign, UTM Content, UTM Term

Итого и средние

	Визиты	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
	Y % .nl	Y % .nl	Y .nl	Y .nl	Y .nl
Итого и средние	11 165	8 739	45,1%	1,31	0:54
уапидкхэагсг	2 881	2 522	65,7%	1,20	0:48
vk	207	186	59,4%	2,19	2:07
tagline	180	180	59,7%	2,19	2:07
facebook	159	88	44,2%	2,88	2:00
instagram	88	49	57,2%	2,88	2:12
bizsibforum	55	44	51,2%	1,87	1:01
fb	49	48	49%	1,12	0:16
ig	40	39	22,5%	1,45	1:03
cps	40	39	22,5%	1,45	1:03
retargeting	33	32	21,2%	1,45	1:12
banner	33	32	21,2%	1,45	1:12
koshki_audit	3	3	0%	1,33	0:20
leadform_cases	2	2	0%	2	0:36
suslik_50	2	2	100%	1	0:01

источник

тип трафика

кампания

объявление

Яндекс.Метрика - счетчики сайта Космос-Веб - источники - UTM

Где посмотреть результаты?

The screenshot displays the Yandex.Metrica interface. The top navigation bar includes the Yandex.Metrica logo, links for 'Счетчики', 'Целевой звонок', 'API', 'Блог', and 'Помощь', and a user profile icon for 'la@cosmos-web.ru'. The left sidebar contains a navigation menu with items like 'Сводка', 'Отчеты', 'Карты', 'Вебвизор', 'Посетители', 'Сегменты', 'Цели', 'Контент', 'Интеграции', and 'Настройка'. The 'Отчеты' menu item is highlighted in yellow. The main content area is divided into three columns: 'Найти отчет' (with a search bar), 'Стандартные отчеты' (with a list of report categories), and a list of specific reports. The 'Источники' category is highlighted in yellow, and the 'Социальные сети' report is selected and highlighted in yellow. The right side of the interface shows a report for '100 % визитов из 46 261' with a line graph and a legend indicating 'Переходы из социальных сетей'.

Яндекс.Метрика - счетчики сайта Космос-Веб - источники - UTM

SMM-стратегия: состав

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ, аудитории
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

SMM-стратегия: состав

Этапы

1. Постановка целей и задач продвижения
2. Конкурентный анализ
3. Аудит собственных сообществ, аудитории
4. Описание целевой аудитории
5. Разработка концепции ведения сообществ
6. Коммуникационная стратегия
7. Стратегия таргетированной рекламы
8. KPI для достижения цели

Описание целевой аудитории

Целевая аудитория — это группа людей, на которую в первую очередь направлена реклама и которая с наибольшей вероятностью купит ваш продукт.

Характеристики целевой аудитории:

1. Социально-демографические характеристики
2. Географические характеристики
3. Психологические характеристики
4. Поведенческие характеристики

Описание целевой аудитории

1. Социально-демографические характеристики

- Пол;
- Возраст;
- Сфера работы, должность;
- Семейное положение;
- Дети;
- Уровень дохода
- Образование.

Пример:

Возраст:
24-35 лет

Пол:
женский

Семейное положение:
не замужем

Дети:
нет

Доход:
ниже среднего, средний

Описание целевой аудитории

2. Географические характеристики

- Страна;
- Город
- Район.

Пример:

Страна:
Россия

Город:
Новосибирск

Район:
все, кроме НСО и Родники

Описание целевой аудитории

3. Психографические характеристики

- Интересы;
- Ценности;
- Страхи;
- Любимые бренды/продукты.

Проблемы и боли:

- Экономия времени
- Усталость после работы

Интересы:

- Карьера;
- Соцсети;
- Чтение;
- Обучение;
- Спорт;
- Путешествия;
- Отношения.

Описание целевой аудитории

4. Поведенческие характеристики

- Мотивация к покупке;
- Повод приобретения;
- Срочность покупки;
- Частота совершения покупки;
- Отношение к товарной категории;
- Отношение к бренду.

Ситуации покупки

- Пицца вместо ужина после работы
- Заказывает доставку роллов на компанию
- Заказывает доставку роллов на двоих

Мотив

Экономия времени.

“Пока еду до дома, курьер привезет ужин”.

“Не нужно мыть посуду и убирать кухню”.

“Не нужно готовить ужин на компанию друзей”.

Удовольствие.

“Хочу просто отдохнуть и насладиться чем-то вкусным”.

Выгода.

Заказать комбо или пиццу по акции на обед или ужин.

Пример выводов по ЦА

Соотношение полов в Instagram	м15% / ж85%
Соотношение полов во Вконтакте	м35% / ж65%
Ядро ЦА, наиболее вовлеченный сегмент	Женщины 25-34 (реже женщины 18-24)
ТОП-3 интересов	Фотография, красота и мода, путешествия и туризм
Поведенческая модель	В 60-70% случаев покупка импульсивная
Наиболее релевантный тип контента	Розыгрыши и качественный фотоконтент
Наиболее популярные темы постов	Привязка к актуальным инфоповодам, истории личного бренда/ истории абстрактного персонажа, посты о составе и хранении букетов

Как мы узнали об этом?

Анализ аудитории

1. Яндекс.Метрика и Google Analytics
2. Вебвизор, сервисы Popsters и Livedune
3. Внутренняя статистика соцсетей
4. Расширение Pepper panel (аудитория конкурентов)
5. Поиск исследований по поведению аудитории
6. Изучение отзывов и комментариев

Анализ аудитории

Яндекс Метрика

Счетчики Целевой звонок API Блог Помощь

Найти отчет

Стандартные отчеты

- Посещаемость
- Конверсии
- Источники
- Аудитория**
- Содержание
- Технологии
- Мониторинг
- Электронная коммерция
- Звонки
- Монетизация

География

- Долгосрочные интересы
- Долгосрочные интересы (старая версия)

ДЕМОГРАФИЯ

- Возраст
- Пол

АКТИВНОСТЬ

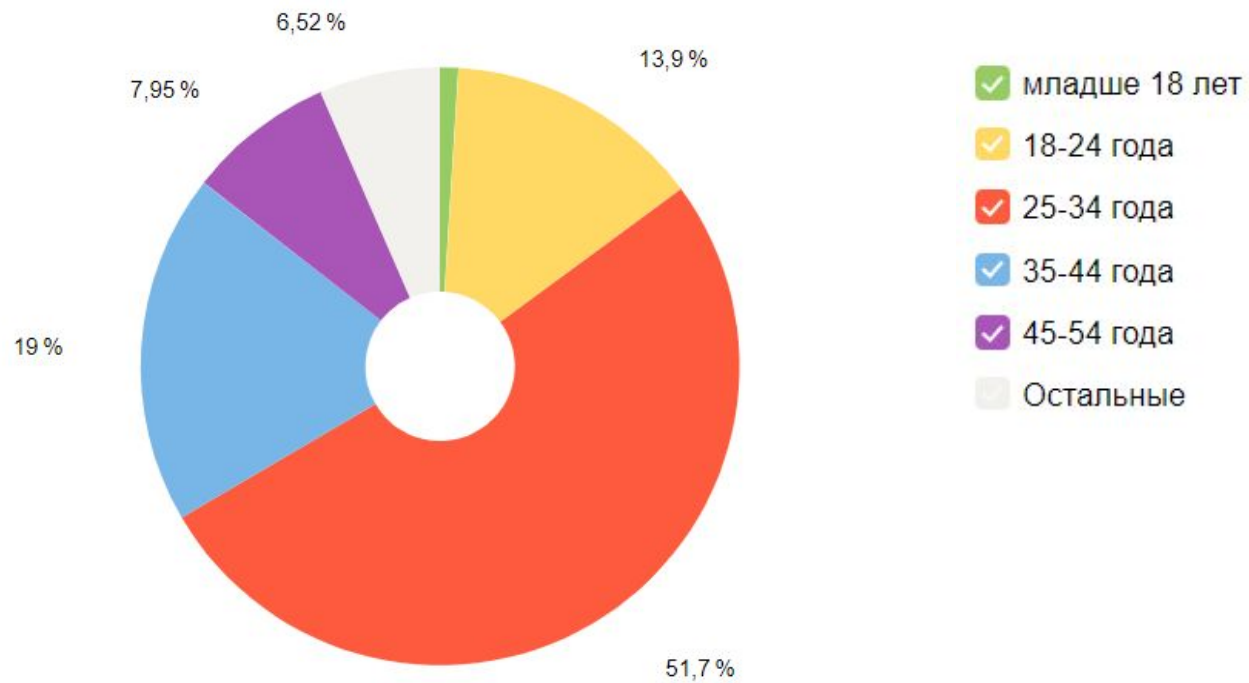
- Глубина просмотра
- Время на сайте
- Посещаемость по времени суток

ЛОЯЛЬНОСТЬ

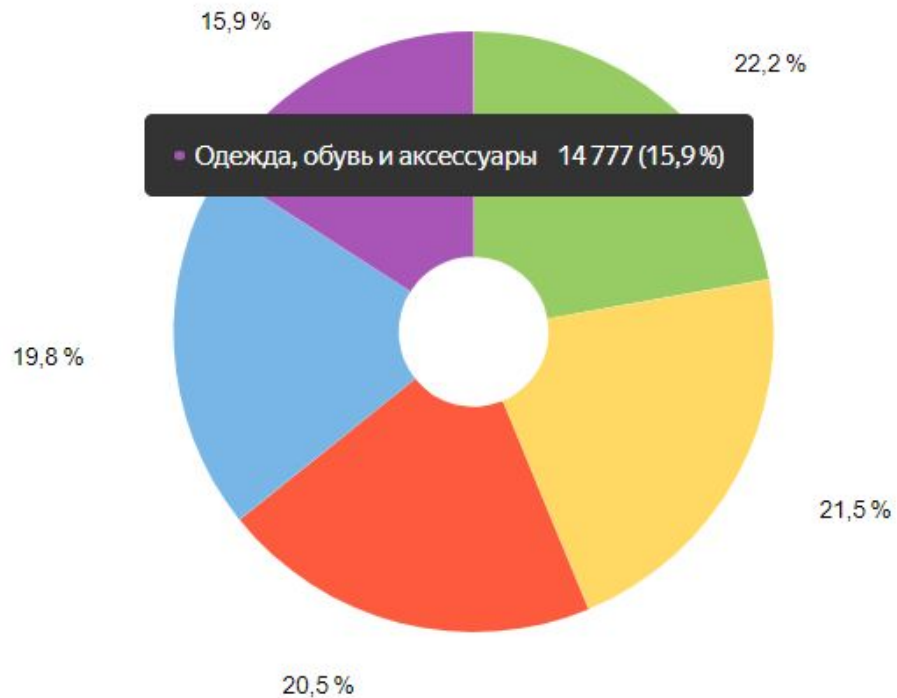
- Общее число визитов
- Периодичность визитов
- Время с первого визита
- Время с предпоследнего визита

1. Яндекс.Метрика и Google Analytics (собственная аудитория)

Возраст



Интересы



✓ Развлечения и досуг

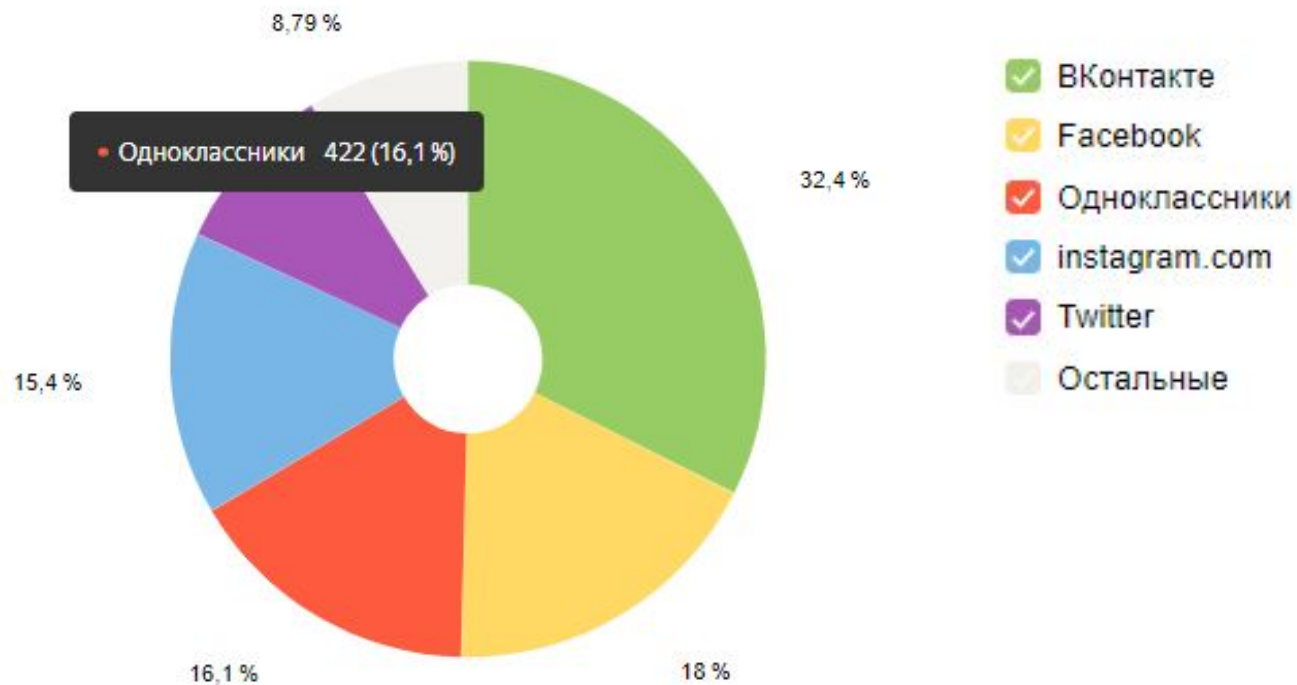
✓ Бизнес

✓ Финансы

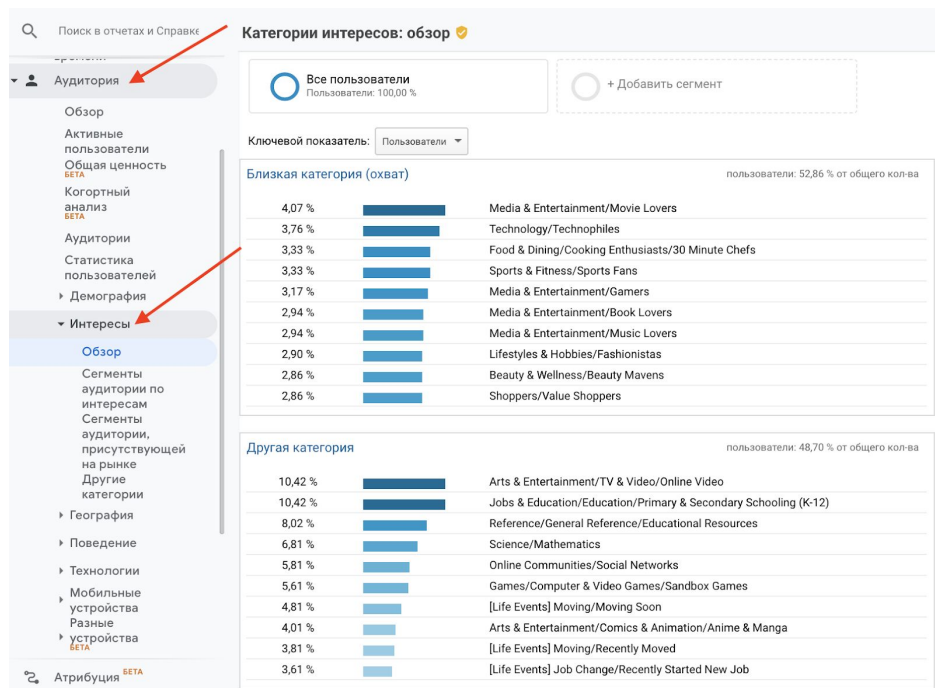
✓ Строительство, обустройство и ремонт

✓ Одежда, обувь и аксессуары

Переходы из соцсетей

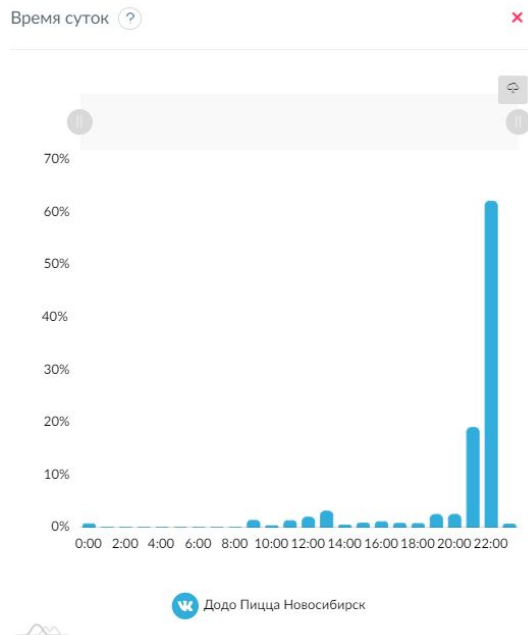
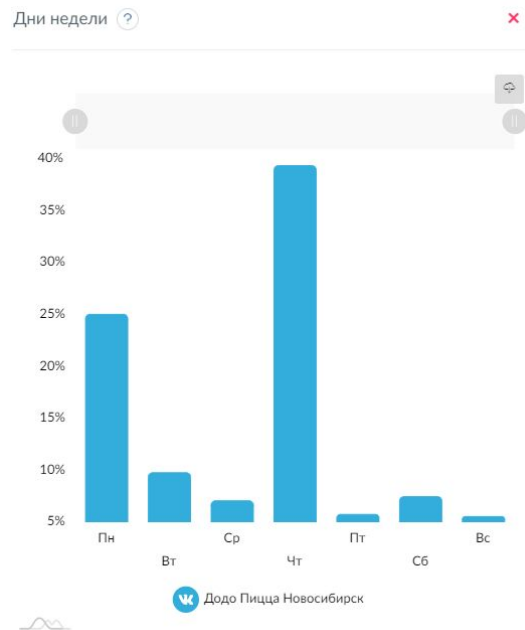


Анализ аудитории



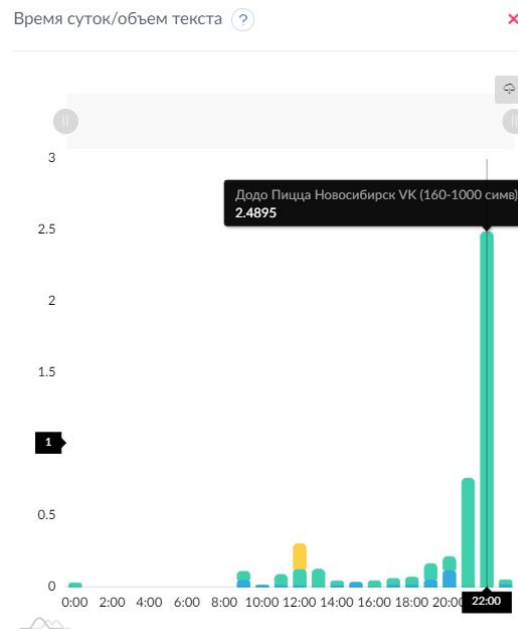
1. Яндекс.Метрика и Google Analytics (собственная аудитория)

Анализ аудитории



2. [Popsters](#) - анализ трафика на сайтах

Анализ аудитории



2. [Popsters](#) - анализ трафика на сайтах

Анализ аудитории


3. Расширение Pepperc panel
(аудитория конкурентов)

Pepperc panel - бесплатный
инструмент Pepperc Ninja (парсер)

Парсеры - программы, которые
собирают данные и анализируют их.

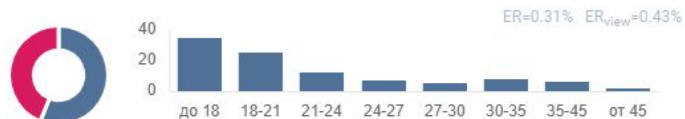
Установить [это расширение для Google Chrome](#)


Анализ аудитории


 **Додо Пицца Россия** ✓
Доставка еды
380 496 подписчиков

[Подписаться](#)

Pepper panel




[Отслеживать](#) [Собрать активных](#) [Собрать инстаграм](#) [Кто мой клиент](#) 


 **Папа Джонс Новосибирск | Пицца «Papa John's»**
Открытая группа
39 243 участника

[Подписаться](#)

Pepper panel




[Отслеживать](#) [Собрать активных](#) [Собрать инстаграм](#) [Кто мой клиент](#) 


 **Пицца Синица Доставка пиццы Новосибирск**
Открытая группа
37 904 участника

[Подписаться](#)

Pepper panel

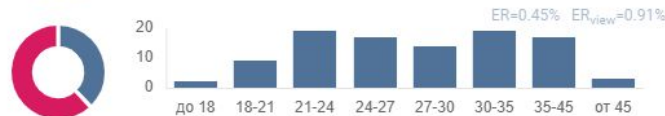


[Отслеживать](#) [Собрать активных](#) [Собрать инстаграм](#) [Кто мой клиент](#) 

 **Сыр, томат и аромат. Доставка. Пицца. Новосибирск**
Открытая группа
17 965 участников

[Подписаться](#)

Pepper panel



[Отслеживать](#) [Собрать активных](#) [Собрать инстаграм](#) [Кто мой клиент](#) 

3. Расширение Pepper panel (аудитория конкурентов)

ПРАКТИКА №4



Практика №4

- Внутренняя статистика соцсетей
- Яндекс.Метрика и Вебвизор
- Расширение Paper panel
- Тестовый доступ Popsters

Описание целевой аудитории

Целевая аудитория — это группа людей, на которую в первую очередь направлена реклама и которая с наибольшей вероятностью купит ваш продукт.

Характеристики целевой аудитории:

1. Социально-демографические характеристики
2. Географические характеристики
3. Психологические характеристики
4. Поведенческие характеристики

Целевая аудитория

Женщины 18-24 лет (ЦА 1)	Женщины 25-45 лет (ЦА 2)	Мужчины 18-45 лет (ЦА 3)
Доход: ниже среднего, средний.	Средний, выше среднего, высокий.	Средний, выше среднего, высокий.
Ценности: внимание, комфорт, свобода личности и свобода выбора, выгода, собственные привычки и границы.	Ценности: индивидуализм, свобода выбора, личностное развитие, доступ к информации и прагматизм, образование и карьера, родственные связи.	Ценности: уверенность в себе, свобода выбора и принятия решений, образование и карьера, доступ к информации.
Ситуации потребления: заказ для фотосессии, на дни Рождения и свадьбы подруг, родителям.	Ситуации потребления: заказ на дни рождения подруг, юбилеи, для украшения интерьера.	Ситуации потребления: заказ для вторых половинок, подруг, родственников. На дни Рождения, свадьбы, годовщины, свидания.
Покупательская модель: <ul style="list-style-type: none">• чаще всего покупают онлайн, шопинг - времяпрепровождение;• часто покупка бывает импульсивной (основанной на вовлеченности здесь и сейчас);• важен уровень коммуникации онлайн и качество контента.	Покупательская модель: <ul style="list-style-type: none">• часто покупают онлайн;• чаще покупка спланированная;• важна программа лояльности и бонусы;• важны рекомендации и отзывы.	Покупательская модель: <ul style="list-style-type: none">• чаще покупают оффлайн, но имеют опыт онлайн-заказов;• букет обычно покупается в последний момент, нужен здесь и сейчас, поэтому им нужны готовые решения, доверяют вкусу флориста.

Целевая аудитория

Портрет 1.

Анна, 19 лет, живет в Новосибирске, студентка, подрабатывает по вечерам в кофейне возле университета. Часто встречается с подругами в этой же кофейне либо в недорогом заведении по соседству. Несмотря на ограниченный бюджет, следит за собой — покупает уходовые средства, бывает в недорогих салонах красоты.

Критерий	Описание
Потребность	Нужен оригинальный подарок подруге на день Рождения. Хочется подарить еще и цветы. Склоняется к символическому подарку, который вызовет положительные эмоции и запомнится, ведь главное — внимание!
Влияние на финансы	Бюджет на подарок ограниченный, перед покупкой мониторит акции и цены у конкурентов.
Личный интерес	Несмотря на ограниченный бюджет, хочет доставить радость подруге, удивить её, стать поводом для публикации в Instagram ;)

ТОП мотивов аудитории

Мотив - то, что побуждает к действию. Интерес, причина.

1. Подарок на День рождения
2. Для второй половинки (знак внимания/ извинения/ предложение/ годовщина)
3. Заказ букета из другого города с доставкой до адреса в Новосибирске
4. На свадьбу подруги
5. Подарок руководителю/ педагогу на официальный праздник или как благодарность

ТОП барьеров аудитории

Барьер - проблема, причина сомнений, отказа.

1. Несоответствие ожиданий реальности при заказе композиции
2. Испорченный сюрприз / праздник
3. Качество: несвежие цветы, ягода, невкусный шоколад, кислая клубника, в больших букетах могут быть испорченные цветы “для количества”
4. Нужны особые условия для хранения

Как определить триггеры?

1. Базовые психологические триггеры
2. Изучение комментариев под постами: о чем пишут люди?
3. Изучение профилей тех, кто комментирует
4. Изучение отзывов на отзывах (например, флампы)
5. Изучение отзывов о других компаниях от тех же авторов



COSMOSWEB