



Стратегия продвижения

В социальных сетях

Аккаунты в Инстаграм

| | подписчики | подписки | активность | вовлечённость | рубрики контента | манера написания текстов | оценка |
|----------------|------------|----------|------------|---------------|---|--------------------------------------|--------|
| dulcis_shop | 371000 | 2082 | 2000 | 25 | продающий, продающее видео, промо/акции, имиджевые фото/видео, звёзды | дружественно-личный, от первого лица | 8 |
| maisonesve | 12000 | 558 | 100 | 1 | имиджевый, звёзды, луки (нет продающих!) | безличный | 3 |
| studiapepen | 2900 | 381 | 80 | 1 | анонсы коллекций, презентации/имиджевые, луки, развлекательный, процесс (нет продающих!) | безличный | 3 |
| ruban_fashion | 177000 | 600 | 700 | 10 | имиджевый, продающий, промо/акции, луки, детали одежды, пользовательский, фото в жизни | дружественный, рабочий, безличный | 6 |
| t.skirt | 110000 | 3027 | 1200 | 10 | продающий, луки, развлекательный/информационный, промо, акции, скидки, лидеры мнений, видео | дружественно-личный, от первого лица | 8 |
| glzn_design | 45700 | 1445 | 200 | 5 | каталожный, продающий, процесс/материалы, backstage, имиджевый, видео, | дружественный, от лица компании | 7 |
| malina_fashion | 190000 | 232 | 1000 | 50 | продающие, звёзды (лидеры мнений), backstage, акции, луки, развлекательный, видео, имиджевые, пользовательский. Есть отдельный паблик со скидками | дружественный, от лица компании | 9 |
| kovishop_italy | 75100 | 141 | 150 | 2 | продающий, каталожный, видео, пользовательский, лидеры мнений, луки, детали | дружественный, от лица компании | 6 |

Паблики Вконтакте

<https://vk.com/citystarwear>

Используют рекламу в смежных сообществах, модных пабликах, много в развлекательных сообществах. Используют онлайн-витрину Вконтакте. Проводят конкурсы/розыгрыши Вконтакте.

Паблики для посевов:

<https://vk.com/moda>

<https://vk.com/namalevich>

<https://vk.com/mimipets>

<https://vk.com/mirpozz>

<https://vk.com/kotdavinch>

<https://vk.com/foto.blog>

<https://vk.com/public46438890>

https://vk.com/stars_ed

https://vk.com/sociopat_ru

<https://vk.com/woomendays>

<https://vk.com/smotrichto>

https://vk.com/brand_like_me

Рекламу в сообществах почти не используют. Применяются конкурсы и розыгрыши, вероятно таргетированная реклама.

https://vk.com/pavel_ryabinin_shop_online

Используют онлайн-витрину Вконтакте. Проводят розыгрыши. Используют публикации у блоггеров ВК.

<https://vk.com/russskazka>

Используют онлайн-витрину Вконтакте. Ведут отдельный блог Вконтакте в дополнение к продающей группе.

<https://vk.com/pavlovaalexandra>

Используют онлайн-витрину Вконтакте. Применяют личные посты от имени дизайнера/основателя бренда

https://vk.com/malina_fashion

Используют публикации у мини-блоггеров.

<https://vk.com/tskirt>

Скорее всего, активно страницу Вконтакте не продвигают. Аудитория в основном мусорная.

Страницы Facebook

<https://www.facebook.com/marikaatele/>

<https://www.facebook.com/yassen.ru>

Скорее всего, отдельно страницу на Facebook не продвигают.

<https://www.facebook.com/vereteno.adm>

Скорее всего, используют таргетированную рекламу

<https://www.facebook.com/tskirtfashion>

Используют онлайн-магазин на Фейсбуке.

dulcis_shop

Много публикаций в fashion-пабликах и в фотосессиях с упоминанием бренда.

Сегментирование ЦА

Женщины в возрасте от 20-35 лет.

Ядро ЦА: женщины в возрасте от 20 до 30 лет, доход средний и выше среднего, интересуется модой, состоит в модных пабликах, подписана на лидеров мнений в сфере моды, любит индивидуальность, детали, имеет чувство стиля

| вопрос: | способ сегментации |
|---------|---|
| Что? | Женская одежда |
| Кто? | Женщины |
| Почему? | эстетическая составляющая, мода, стремление выделиться, подарок себе, приобщение к модной индустрии |
| Когда? | Праздники, события, дни рождения, после з/п |
| Где? | Vk, Fb, Instagram, сайт |

Стратегия SMM-продвижения

Площадки

Инстаграм является самой популярной и эффективной площадкой для продвижения одежды. У всех конкурентов аккаунт в Инстаграм – самый активный среди аккаунтов бренда в соцсетях. Многие работают без сайта.

Работы в Инстаграм:

- Ежедневные посты в соответствии с контент-стратегией
- Акценты в контент-стратегии на продающие посты, имиджевые, луки, видео, пользовательские фото из жизни, детали одежды, промо-посты о бренде, эскизы и процесс работы, посты со звёздами
- Дружественный, личный стиль текста с обращением от первого лица
- «Продающее» оформление аккаунта
- Заказ постов в модных пабликах
- Заказ постов у Звёзд
- Заказ постов у лидеров мнений
- Массфолл на модные паблики, подписчиков лидеров мнений, успешные магазины одежды в Москве с сходной ценовой категории, массфолл на подписчиков групп хороших ресторанов и клубов, массфолл по геолокации, близкой к адресу шоурума.

Работы в Вконтакте:

- Ежедневные посты в соответствии с контент-стратегией Инстаграма
- Использование онлайн-витрины в группе Вконтакте
- Посты в модных пабликах
- Таргетированная реклама на активных подписчиков конкурентов и активных подписчиков модных пабликов с геолокацией в Москве
- При наличии актуальных товаров устраивать розыгрыши

Работы в Facebook:

- Репосты с Инстаграма
- Умеренная таргетированная кампания по Москве на ЦА по параметрам
- Посты у лидеров мнений

Общее

Акцент делать на контент. Таргетированную рекламу использовать с умеренным бюджетом. После запуска актуальных коллекций организовать работу со звёздами и лидерами мнений. Использовать посевы Вконтакте.

Первые 1-2 недели публиковать посты для первичного наполнения аккаунтов, затем подключать массфолл в Инстаграме.