

Цель онбординга: В течение первого месяца полностью интегрировать специалиста в проект, передать ключевые знания и добиться от него первых измеримых результатов по вовлеченности аудитории.

Неделя 1: Погружение в контекст и продукт

Главная цель: Понимание продукта, аудитории и текущей ситуации в соцсетях.

Куратор: Автор проекта (Продуктовый менеджер).

День	Задачи и процессы	Результат
1	Знакомство с командой и проектом: • брифинг о проекте, его целях и ключевых метриках (Retention, LTV) • знакомство с артефактами (Roadmap, дашборды). выдача доступов к основным инструментам (Trello/Notion, соцсети, Google Analytics)	Понимание миссии проекта. Настройка рабочих инструментов
2	Погружение в продукт и аудиторию: • самостоятельное изучение сервиса и существующего контента • изучение портрета ЦА, их боли и цели • анализ трендов в B2B SMM и fashion-tech	Конспект с гипотезами о потребностях аудитории
3	Аудит текущих соцсетей и конкурентов: • проведение полного аудита присутствия в соцсетях • аналитика 2-3 ключевых конкурентов или аналогов	Документ с анализом сильных/слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT)
4	Знакомство с аналитикой и KPI:	Понимание, как его работа влияет на общие

	• совместный разбор дашборда с ключевыми метриками • постановка KPI для SMM на первый месяц (охват, вовлеченность, трафик)	бизнес-метрики
5	Формирование плана на месяц: • совместное обсуждение итогов недели и гипотез • утверждение детального контент-плана и плана работ на первый месяц	Утвержденный план в Trello/Notion.

Неделя 2: Стратегия, креатив и первый контент

Главная цель: Разработка контент-стратегии и публикация первых постов.

Куратор: Автор проекта / Fashion-аналитик.

День	Задачи и процессы	Результат
6	Разработка контент-стратегии: • определение основного сообщения и ценностного предложения для соцсетей • проработка форматов контента	Документ "Контент-стратегия SMM"
7	Креативный брифинг и создание первого контента: • совместная сессия с аналитиком для получения первых инсайтов и данных для визуализации • подготовка креатива и текстов для 3-5 первых постов	Готовый контент для публикации

8	Запуск первого контента: • публикация первых постов по утвержденному плану • мониторинг первичной реакции аудитории	Первые публикации в соцсетях
9	Настройка базовой аналитики: • настройка UTM-меток для отслеживания трафика • создание отчета для мониторинга эффективности постов	Настроенная система отслеживания трафика
10	Анализ первых результатов и итерация: • совместный разбор статистики первых постов: CTR, вовлеченность, охват • корректировка контент-плана на основе данных	Скорректированный контент-план на следующую неделю

Неделя 3: Эксперименты и взаимодействие

Главная цель: Проведение первого A/B-теста и налаживание кросс-функционального взаимодействия.

Куратор: Автор проекта / Data Analyst.

День	Задачи и процессы	Результат
11	Подготовка A/B-теста: • формулировка гипотезы • подготовка двух вариантов контента для теста	Утвержденная гипотеза и креатив для A/B-теста
12	Запуск A/B-теста: • публикация контента по схеме теста • активное	Запущенный эксперимент

	взаимодействие с аудиторией в комментариях	
13	Кросс-функциональная работа: • участие в планировании следующего контента с аналитиком и fashion-экспертом • запрос данных для нового дайджеста	План контента на неделю 4, основанный на данных
14	Промежуточный анализ A/B-теста: • совместно с аналитиком оценка предварительных результатов теста	Понимание динамики метрик
15	Работа с аудиторией: • анализ комментариев и сообщений, формирование пула идей и частых вопросов (FAQ)	Документ с инсайтами от аудитории

Неделя 4: Анализ, отчетность и планирование

Главная цель: Подведение итогов первого месяца, оценка эффективности и планирование на следующий месяц.

Куратор: Автор проекта.

День	Задачи и процессы	Результат
16	Формирование ежемесячного отчета: • подготовка отчета по KPI: охват, вовлеченность, трафик на сайт • сравнение результатов с целями, поставленными на месяц	Четкий аналитический отчет
17	Формулировка выводов и	Список ключевых

	инсайтов: • какие форматы сработали, а какие нет? • какая тематика вызвала наибольший отклик? • какие гипотезы подтвердились?	инсайтов и рекомендаций
18	Презентация результатов команде: • краткая презентация с выводами за первый месяц и предложениями по развитию SMM-направления	Проведенная летучка с командой
19	Планирование на следующий месяц: • совместное формирование контент-плана и плана экспериментов на основе полученных данных	Утвержденный план работ на следующий месяц
20	Обратная связь по онбордингу: • обсуждение с куратором процесса адаптации: что было хорошо, какие были сложности, что можно улучшить	Улучшенный план адаптации для следующих сотрудников