

Курсов проект

Content Marketing Strategy

<> Softuni Digital 2022 </>

Шаблон за предаване на курсов проект
Content Marketing Strategy - Ноември 2022

Част 1 - Въведение.

Тази част от вашия проект не се оценява, но

- Име на марката
- Сегмент (B2B/B2C/B2G или B2B2C)
- Какъв е проблемът, който решавате?
- Какво предлагате (продукт/услуга/НПО/медия/личен бранд...)
- На какъв етап е бизнеса – в какъв етап от своя жизнен цикъл е продукта, въведен ли е в експлоатация? Ако все още го тествате на кой етап от процеса по тестване и валидация е?
- Как работи бизнесът (директно към крайни клиенти/през дистрибутор, онлайн/офлайн, локално/национално/глобално, др.)
- Какви са монетизационните ви модели – абонамент, SaaS решение, консултантска услуга (почасово), как са организирани паричните потоци? Имате ли повече от един?
- Конкуренти (директни и индиректни)
- Партньори (директни и индиректни)

Задача 1: Какъв е вашия подход? Каква е вашата продуктова стратегия и тактики?

Отговор:

Бизнес модел за съдържанието	Отговор
Какъв е бизнес модела, който планирате да използвате и какъв тип стратегия планирате (до 1000 символа)	

Задача 2: Кратък SWOT Анализ

Отговор:

Анализ на средата	Отговор
Какви са основните променливи, с които трябва да се съобразите (до 1500 символа)	

Задача 3: Корпоративен манифест

Каква е Вашата добавена стойност, емоционален ангажимент и решение на проблема за основните ви buying/user person-a, според спецификата на бизнеса

Отговор:

Корпоративен манифест – какво е Вашето „ЗАЩО“? Кратко описание (400 – 500 символа)	Отговор

Задача 4: Аудитория

Направете портрет на своите персони – buying/user/media, според спецификата на бизнеса.

По желание добавете и попълнена карта на емоциите

Отговор:

[снимка]	
----------	--

ИМЕ	ИСТОРИЯ НА НАШАТА BUYING ПЕРСОНА – какви са мечтите ѝ, какви са ценностите ѝ, какво я дразни и отблъсква и как обича да прекарва времето си. Какви са приятелите ѝ ¹ ? Какви проблеми съпътстват ежедневието ѝ? Възможно ли е тя да решава проблем на вашата user person-a?			МОТИВИ ЗА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ: Образователно съдържание. Ваучери/кодове за отстъпка Безплатни демо сесии Безплатна доставка (за продукти) Препоръка от инфлуенсъри
ВЪЗРАСТ	ИНФОРМАЦИОННИ И ИЗТОЧНИЦИ: Какви медийни и комуникационни канали предпочита (на ежедневна база)? От къде се информира?	ПРЕДПОЧИТАНИ И СОЦИАЛНИ МРЕЖИ ЗА КОМУНИКАЦИЯ	Facebook Instagram Tik-Toe WhatsApp Viber Linkedin Youtube	
ОБРАЗОВАНИЕ	ТИП ПРЕДПОЧИТАНО СЪДЪРЖАНИЕ: текст, видео, аудио, с каква дължина и какви параметри	ЛЮБИМИ БРАНДОВЕ		ПРЕДПОЧИТАН КАНАЛ ЗА ПОКУПКА: Онлайн Офлайн
ПРОФЕСИОНАЛНА ЗАЕТОСТ			Иноватор	
МЕСТОЖИВЕЕНЕ		X	ЧУВСТВИТЕЛНОСТ КЪМ ИНОВАЦИИ	Ранно приемащ
ИНТЕРЕСИ/ХОБИТА	Y	Ранно мнозинство		
ЦЕЛИ – ПРОФЕСИОНАЛ	Z	Късно мнозинство		

¹ Моля не се ограничавайте в половата идентичност на своята buying person-a

НИ И/ИЛИ ЛИЧНИ					
ПРОБЛЕМИ, КОИТО СРЕЩА [И КОИТО МОГАТ ДА БЪДАТ РЕШЕНИЕ ОТ НАШИЯ ПРОДУКТ]				Закъснява щи	

Задача 5: Стратегическо целеполагане. Цели и метрики

Опишете накратко как планирате да изглежда Вашето потребителското преживяване, като част от стратегическото целеполагане за маркетинг на съдържанието.

Отговор:

awar eness	Buying person-a	Послание, което искате да отправите	Канали за комуникация
	Отговор:	Отговор:	Отговор:
pre-s ales	Каква е логиката на фунията ви за събиране на лийдове?	Обгрижване/подгрява не на незатворени лийдове	Инструменти – content marketing
	Отговор:	Отговор:	Отговор:
sales	Как гарантирате качествено обслужване?		

	Отговор:		
upsal e/loy alty	Как насърчавате лоялността?		Как повишавате добавената стойност за клиента във времето?
	Отговор:		Отговор:

Възможни пропуски:

- Правописни грешки.
- Не съответства на стратегията, описана в началото и таргет аудиторията.
- Некоординирани кампании и потребителска пътека.

Упражнение 6: Стратегия за промотиране

Опишете накратко подходите си за промоция и реклама на продукта/услугата, напр. партньорство чрез брендирано съдържание или нейтив активности, безплатни ресурси, игри или друго.

Отговор:

а. Стратегия за промотиране	Отговор
Опишете каква стратегия ще изберете за промотиране (50 – 200 символа)	

Опишете накратко кампанията/-ите, които планирате да стартирате спрямо продукта, канала и таргет групата/групите, които сте избрали.

- Например, ако сте избрали поредица от гост-блог публикации, можете да опишете темата и опорни точки, по които ще пишете.
- Ако сте избрали партньорство с инфлуенсър, продуктът/посланието/промоцията, които ще комуникирате.

- Кампаниите ви трябва да бъдат описани съобразно добрите практики, които сте научили по време на курса.
- Отделете време да помислите върху посланията, така че да опишете оригинални и интересни.

Отговор:

Кампания 1	Отговор
Описание	
Продължителност (начало-край)	
Метрики за ефективност	

Кампания 2	Отговор
Описание	
Продължителност (начало-край)	
Метрики за ефективност	

Кампания 3	Отговор
Описание	
Продължителност (начало-край)	
Метрики за ефективност	

Възможни пропуски:

- Правописни грешки.
- Не съответства на стратегията, описана в началото и таргет аудиторията.
- Неясни послания на кампаниите.
- Нерелевантни/неясни метрики.
- Некоординирани кампании, вкл. послания, канали, консистентност в подхода, описан в задача 5.

Упражнение 7: Календар на съдържанието – теми, типове, честота, метрики за ефективност

Опишете накратко основните дейности в ongoing (месечен/годишен) редакционен календар

Теми за съдържание	Отговор
Опишете какви ще са темите за съдържание към всяка целева група – виж editorial brief. Какъв тон ще използвате (mood boards) и колко често ще публикувате? (50 – 200 символа)	

Формати на съдържанието	Отговор
Опишете видовете съдържание, на което ще наблегнете в канала си – видео, текстове, кейс стъдита, книги, др. (50 – 200 символа)	

Метрики за ефективност	Отговор
Как ще разберете, че усилията ви са ефективни в дадения канал (50 – 200 символа)	

Възможни пропуски:

- Правописни грешки.
- Не съответства на стратегията, описана в началото и таргет аудиторията.
- Неясни послания на кампаниите.
- Нерелевантни/неясни метрики.
- Некоординирани кампании, вкл. послания, канали, консистентност в подхода, описан в задача 5.

Задача 8 (бонус задача) –

Създайте и прикачете бизнес план на своята маркетинг стратегия на съдържанието.

Отговор:

	Отговор
Прикачете линк към Google Drive	