

ANUKA

Бриф для SMM-менеджера

Instagram: визуальная концепция, стиль и задачи к запуску 15 августа

Контекст

ANUKA — бренд вязаного трикотажа из 100% шерсти, 4 года на рынке. Раньше продавали только на маркетплейсах, своего Instagram и сайта не было. Сейчас впервые запускаем прямой канал с покупателями — сайт и Instagram с нуля.

Фотосъёмка для контента готова, сценарии и форматы рилсов по всем направлениям прописаны отдельным документом.

ПРИМЕР ПРОДУКТА НА КОЛЛАЖЕ НИЖЕ



Стиль профиля

Ориентир — как будто аккаунт инфлюенсера, а не витрина бренда. Не каталог с товаром анфас на белом фоне и не глянцевое ощущение крупного коммерческого бренда. Ниже — что именно это означает на уровне отдельного кадра и ленты в целом.

Ключевые качества

- Есть жизнь — в кадре не только продукт, но и контекст вокруг него: интерьер, улица, случайный жест, отражение в зеркале. Продукт чаще показан «внутри жизни» (собирается, едет в машине, сидит на лестнице), чем изолированно на фоне.
- Тёплые цвета — естественный свет, без жёсткой студийной вспышки. Лёгкая тонировка в тёплые оттенки допустима и приветствуется.
- Есть воздух — композиция не перегружена, есть пустое пространство в кадре, не всё выстроено «в упор».
- Лёгкая небрежность — кадр не обязан быть идеально выверен — это ок, если ощущается живым.

Ритм ленты

Не повторять один и тот же тип кадра подряд. Чередовать: зеркальное селфи → редакционный постановочный кадр → фактура/деталь крупным планом → кадр «между делом» (в лифте, на лестнице, в дверях) → продукт в движении. Однообразная сетка «товар анфас» — то, чего нужно избегать прежде всего.

Tone of voice

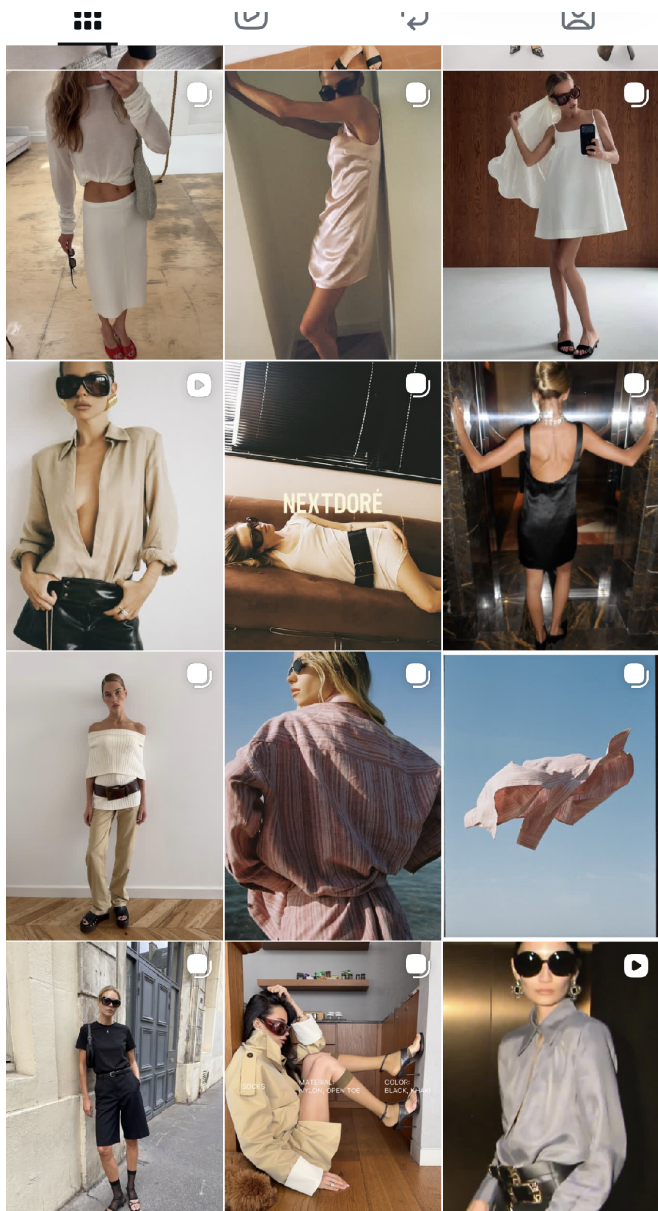
От первого лица, разговорный, без рекламных формулировок и канцелярита. Как будто подруга рассказывает, а не бренд объявляет.

Референсы

Три аккаунта ниже — ориентир именно по духу ленты, не по конкретным фото или позам. Из каждого стоит взять свой акцент.

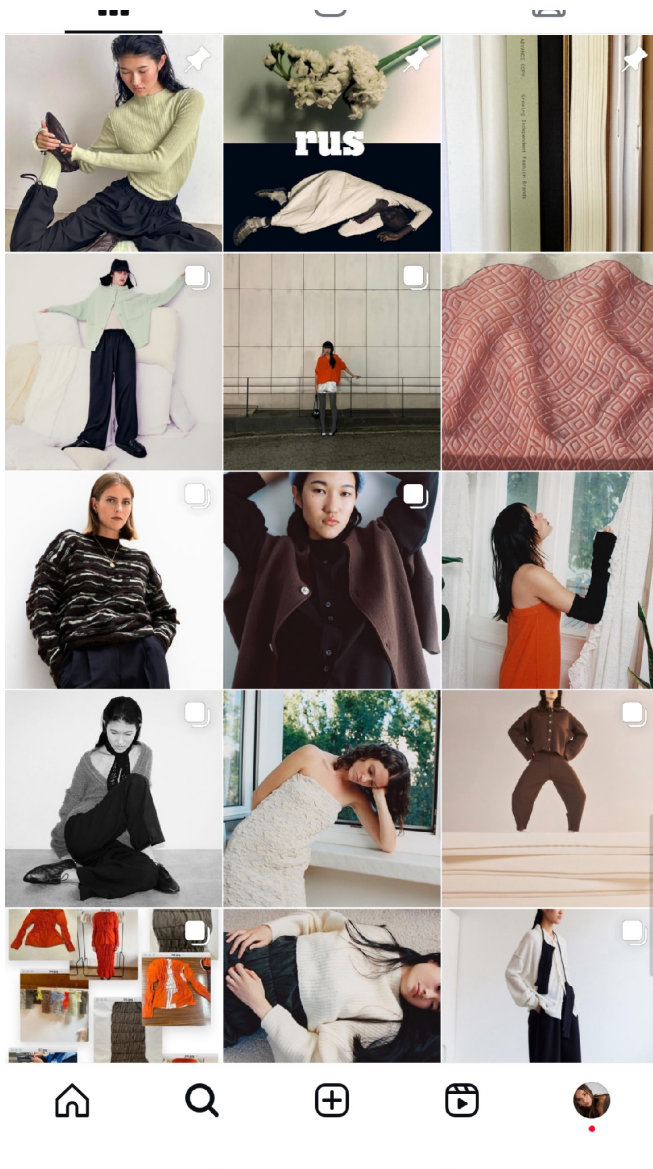
nextdore.clo

Смешение форматов в одной сетке: зеркальные селфи, кадры «между делом» (лифт, дверной проём), постановочные editorial-съемки — и всё это уживается вместе, не выглядит рассинхронном.



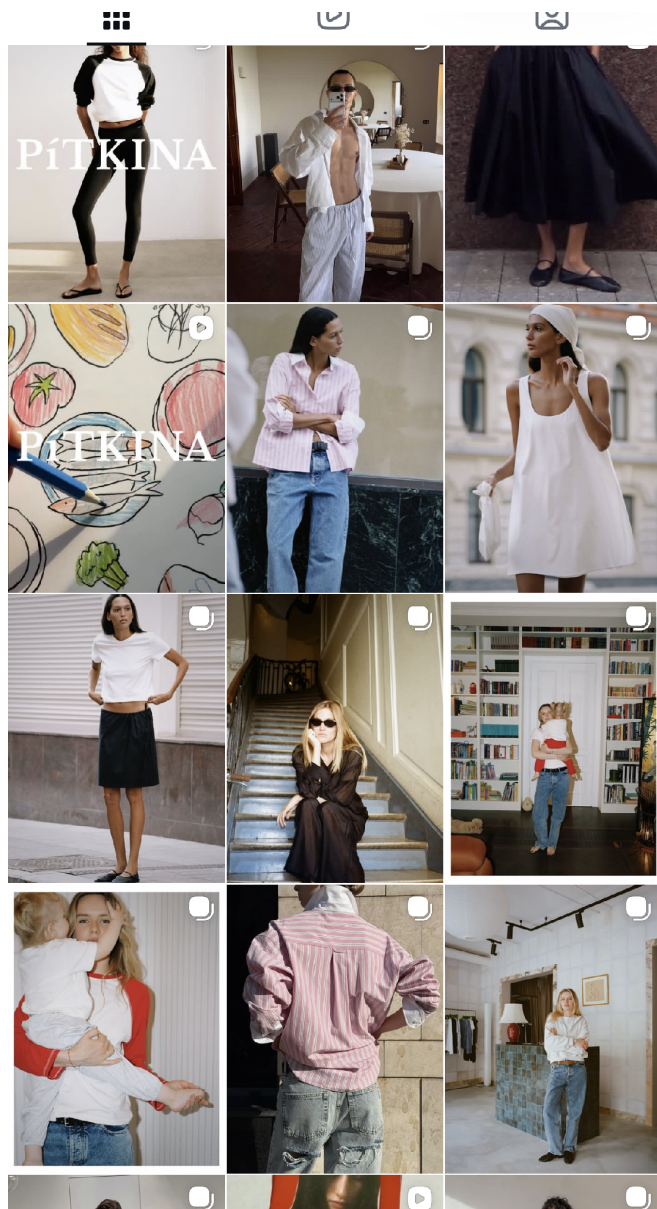
rusthebrand

Приглушённая тёплая палитра, фактура тканей крупным планом как самостоятельный контент, непринуждённые позы (сидя на полу), закреплённые обложки хайлайтс в стиле «дневника».



pitkina

Максимально личное ощущение: кадры с обычной жизнью (лестница, книжная полка, ребёнок на руках) вперемешку с фэшн-кадрами. Продукт не всегда в фокусе — иногда он просто часть кадра из жизни.



Что нужно подготовить к 15 августа

К этой дате аккаунт должен быть готов принимать трафик от интеграций с блогерами — человек, перешедший с рекламы, должен увидеть живой наполненный профиль.

1. Согласовать визуальную концепцию

Есть готовый брендбук (передаётся отдельным файлом) — на его основе нужно предложить и согласовать итоговую визуальную концепцию профиля: логика ленты, обработка/тонировка, общий визуальный язык. Согласование — до начала съёмки контента, чтобы не переделывать.

2. Оформить профиль

- Шапка профиля: аватар, описание (bio), ссылка
- Обложки хайлайтс — в единой стилистике с брендбуком
- Структура самих хайлайтс (разделы: например, коллекция, уход, отзывы, закулисье)

3. Подготовить порядка 15 публикаций

Фото- и видеоматериала уже много — набор публикаций собирается в первую очередь из него. При нехватке конкретных кадров под нужный формат — дополнять ИИ-генерациями, где это уместно и не противоречит стилю

4. Разработка контент-стратегии на сезон

Ведётся совместно: руководитель маркетинга, инфлюенс-менеджер и контент-менеджер. Сценарии и форматы по каждому направлению (рилсы с основателем, интеграции с блогерами, продуктовый перформанс-контент) уже прописаны отдельным документом и передаются на старте — задача этого этапа не создавать стратегию с нуля, а адаптировать её в календарь публикаций и довести до конкретных сценариев съёмки/монтажа.

Задачи:

1. Планирование

- Формирование контент-плана на месяц, согласование
- Согласование визуальной концепции перед стартом съёмки/публикации

2. Производство контента

- Координация и продюсирование съёмок для Instagram (при необходимости)
- Монтаж рилсов (есть опция делать совместно с рилс-мейкером)
- Генерация ИИ-контента
- Оформление визуала: сетка профиля, обложки хайлайтс

3. Публикация

- Публикация постов, сторис, рилсов по календарю

4. Координация с инфлюенс-менеджером

- Формирование UGC-контента совместно с инфлюенс-менеджером
- Разработка формата/креатива интеграций (не подбор блогеров)

5. Аналитика и отчётность

- Отслеживание охватов, вовлечённости, роста подписчиков, переходов на сайт по каждому треку
- Короткий еженедельный отчёт: какие форматы/рубрики сработали, какие нет

6. UGC контент

- Сбор и модерация пользовательского контента