

Разбор кейсов SMM-специалиста

В данном файле представлены кейсы в качестве SMM-специалиста для разного типа проектов, чтобы **представить свой подход к работе** и разные навыки, которыми обладаю

Кейс #1

Проект Calme это инстаграм магазин о декоре, эстетике и комфорте. Позиционирование бренда было выбрано как “хороший друг”, а TOV - как дружелюбное, спокойное, уверенное но при этом формальное общение с пользователями, общаясь на ты, чтобы профиль становился неким домом, в котором клиентам было комфортно.



Свічки|Кашпо|Декор

Магазин естетики ?

Всі #musthave для затишної домівки в одному місці ✨



Фото робимо самі



Замовлення в Дірект



Пакуємо з любов'ю та турботою

Шапка профіля

Highlights



Закулісія



Ви ❤️



Асортимент



Важливо з...



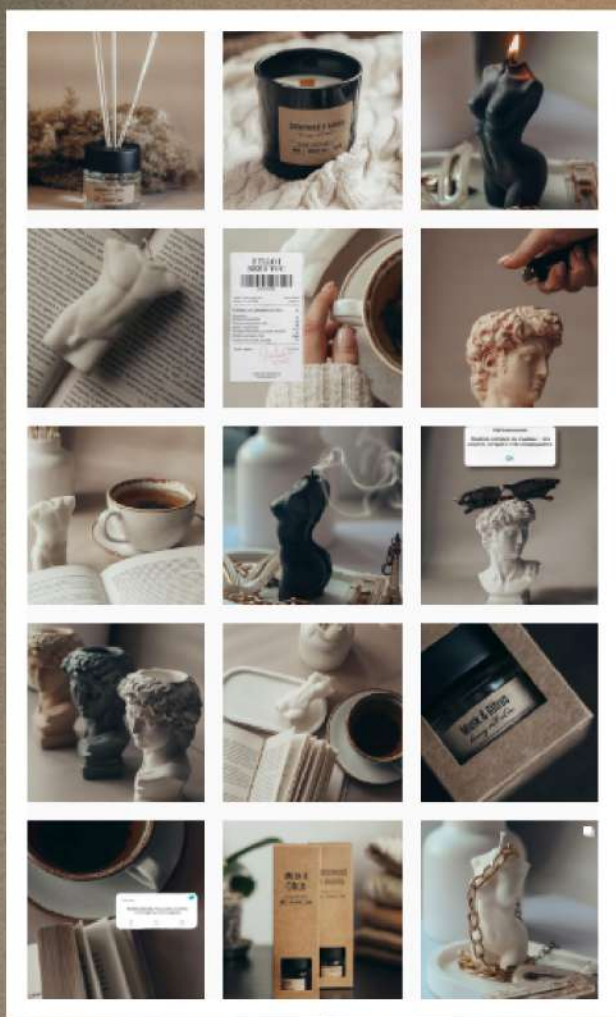
Як замовити

Чтобы акцент концентрировался на товаре, выбран минималистичный подход в оформлении highlights

Важно так же было создать актуальное с живыми откликами клиентов, чтобы открывая профиль можно было не только увидеть реальные фото товаров, но и отклики таких же клиентов, которые перешли на профиль

Создавался контент мною, ранее был создан мудборд, который отражал бы суть концепции бренда, до мельчайших деталей.

Feed



Цвета, референсы, примерный реквизит
(у нас были сухоцветы, подставки,
бижутерия, светлые ткани)

Moodboard



Примеры stories бренда



Примеры stories бренда



Наша ЦА



Девушка

18-23 года

студентка/фрилансер

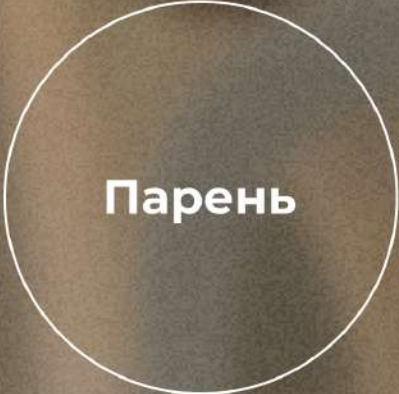
доход 10-15 тысяч гривень

Дом для нее - особое место, где чувствует себя в безопасности, поэтому комфорт и уют прежде всего. Любит Ikea и Jysk, где много вещей для того, чтобы купить красивые вещи домой и проживать большую часть рутинной жизни в красоте. Покупка красивых кашпо, подставок будет служить не только предметом интерьера, но и красивым реквизитом для фото.

21-33 года

фрилансер/офис

амбиверт



Парень

В жизни ценит уют, теплые разговоры с близкими людьми и горячий чай в плохую погоду. Коллекционирует вещи, как пример значки с разных городов на рюкзак и ароматные свечи. Больше всего свечи для него как предмет интерьера, чтобы красиво стояли на полке и радовали глаз.

Кейс #2

Вторым кейсом я выбрала редизайн страницы в Инстграм одной лазерной студии в г.Варшава.

Шапка профиля



ДО:

ЛАЗЕРНАЯ ЭПИЛЯЦИЯ | ВАРШАВА

Услуги лазерной депиляции

Подпишись и получи СКИДКУ 📺

Bezbolesna depilacja laserowa Warszawa 🇺🇦 🇵🇱

📍 Marszalkowska 140

🏷 Aparat Premium

📢 Отличный результат уже после 1-ой процедуры

Взгляд в описании теряется, нет акцентов, не подчеркнуты выгоды для клиента - это все нужно для того, чтобы он остался на странице, нужно такое описание, что его бы заинтересовало и закрыло его потребности

ПОСЛЕ:

LAZER
is love!

ЛАЗЕРНАЯ ЭПИЛЯЦИЯ | ВАРШАВА

Услуги лазерной депиляции

- Используем аппараты премиум сегмента
- Специалисты с медицинским образованием
- Забота о каждом клиенте

📍 Marszalkowska 140

Highlights

ДО:



Отзывы



Результаты



Акции...



Цена/Прайс

ПОСЛЕ:



Отзывы



Результаты



Акции

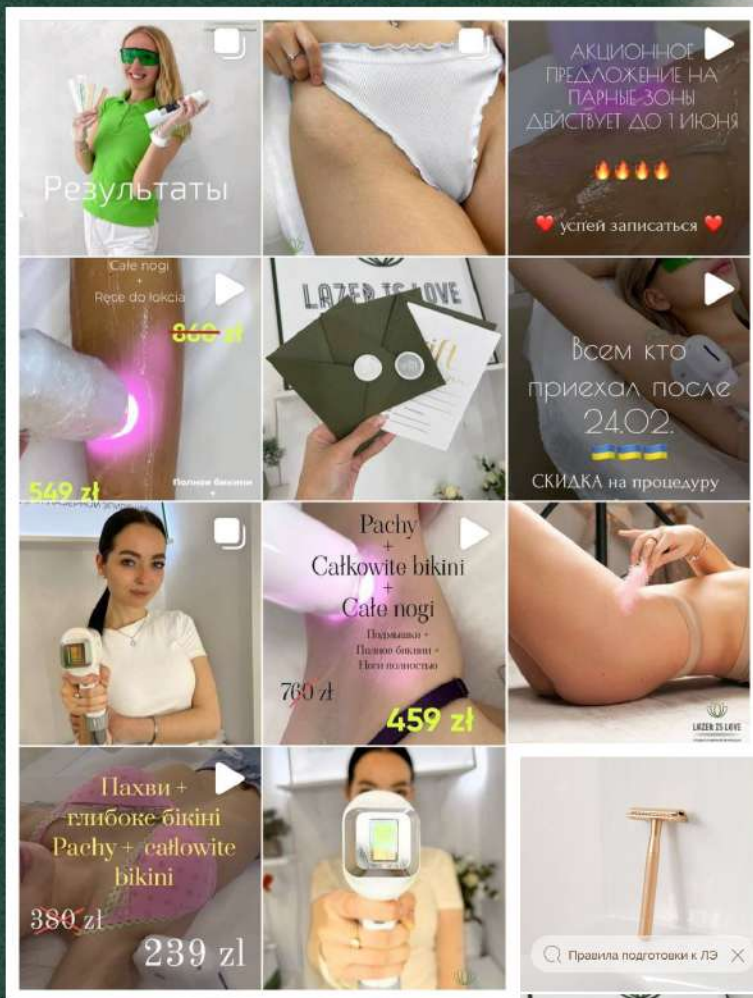


Прайс

Акцент на зеленом цвете (цвет природы, комфорта и спокойствия, очень подходит под такую сферу деятельности + один из фирменных цветов), использованы реальные фото салона, что повышает лояльность.

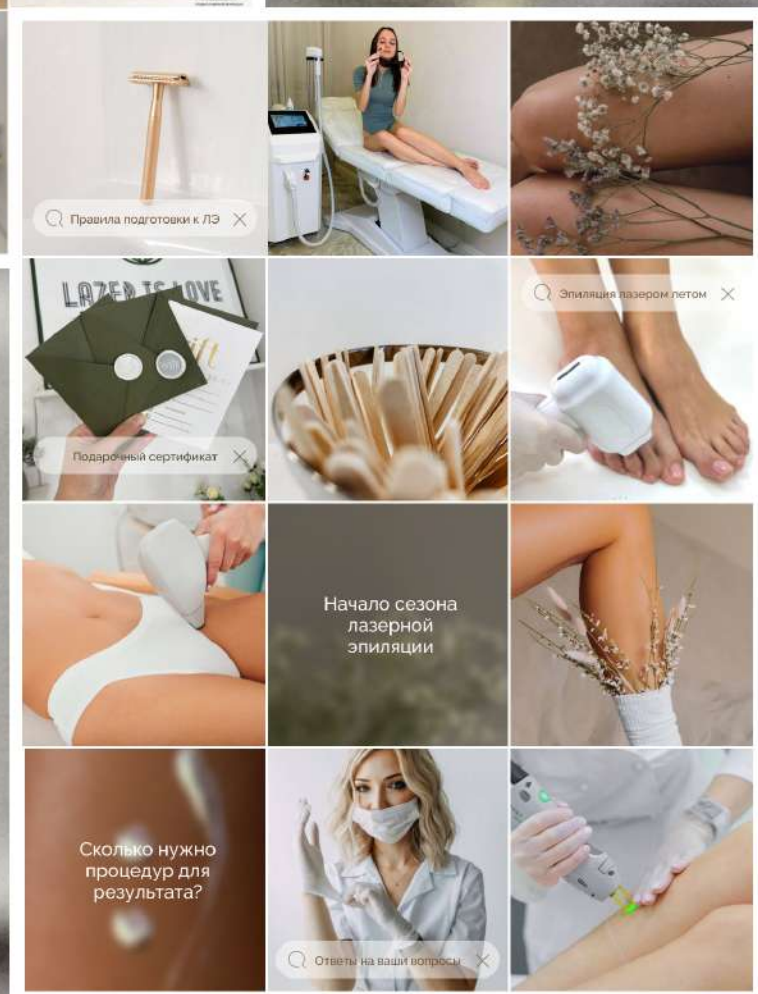
Feed

ДО:



- Нет одного стиля ведения
- Нет фирменных цветов и рфитов
- Цены на публикациях “дешевят” авторитет салона

- Экспертный контент
- Живые фото клиентов
- Единый стиль ведения
- Акценты и воздух в ленте



ПОСЛЕ:

Наша ЦА

Девушка

18-23 года

доход 10-15 тысяч гривень

в отношениях/замужем

поход в салон ради
комфорта в отношениях и
чувствовать себя
увереннее

Украинка/
Беллоруска

Ценит:

- дружественную обстановку
- качественное обслуживание
- ощущения женского круга общения (популяно для санов красоты)

Для чего нужна ЛЭ?

- для комфорта
- для занятий спортом
- для путешествий

Откуда чаще всего могут
узнать о салоне? - От подруг,
таргетированная реклама

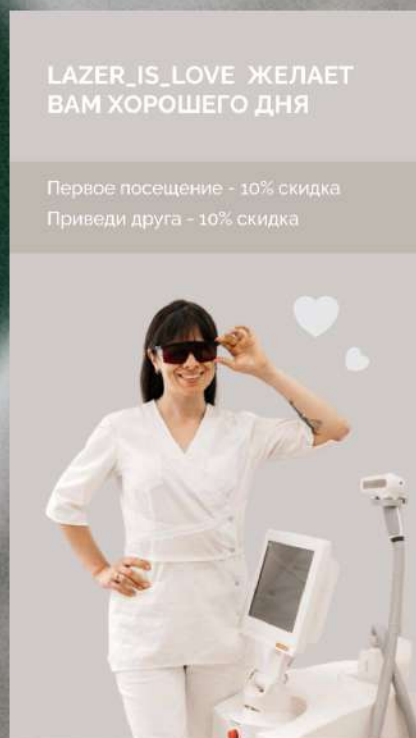
Женщина

23-35 лет

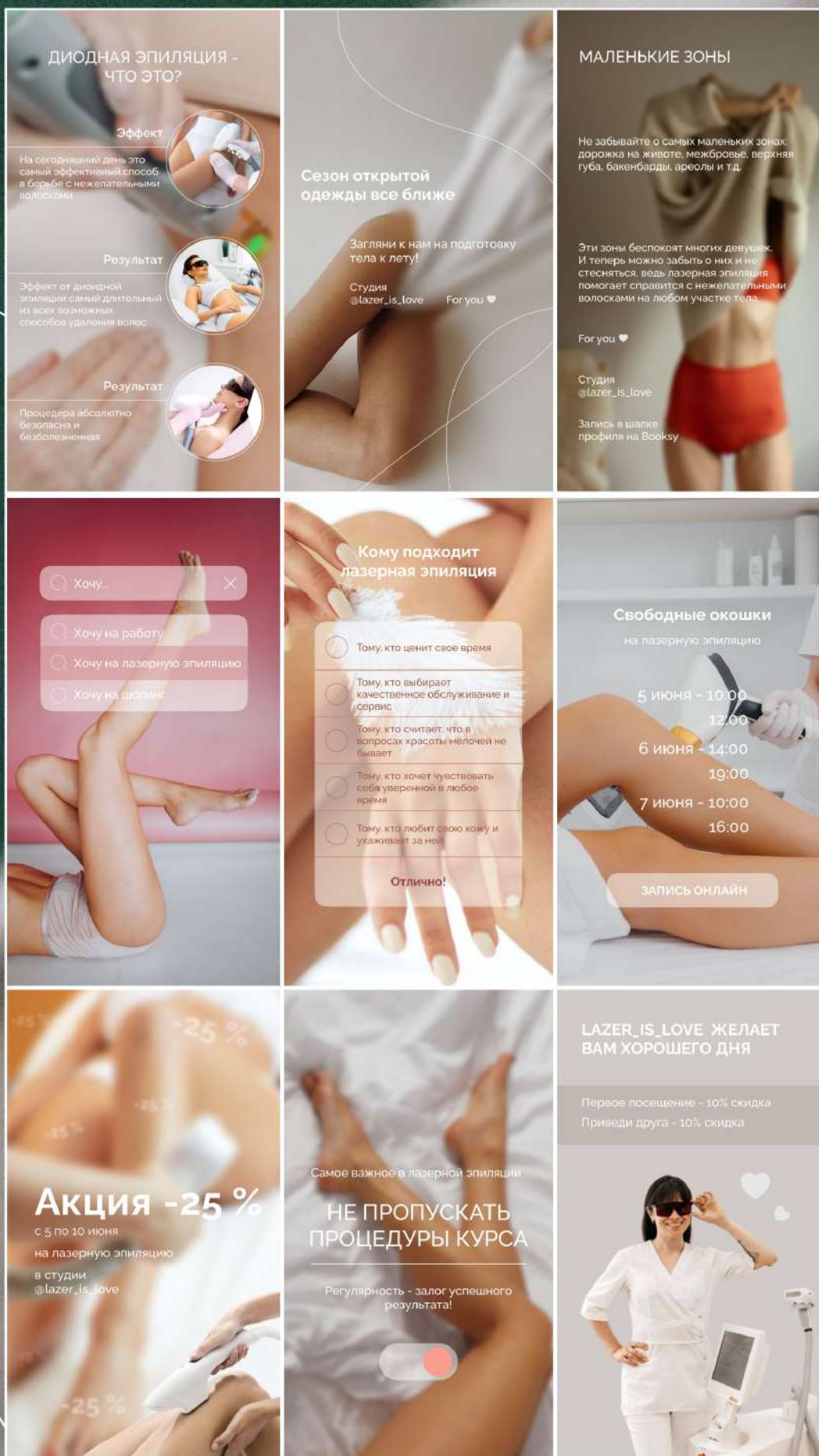
фрилансер/офис

поход в салон в первую
очередь из любви к себе,
своему телу, ради своего же
комфорта

Примеры stories бренда



Примеры stories бренда



Важно чтобы гости салона чувствовали себя не как на приеме у врача со всеми формальностями, а максимально расслаблено и комфортно. Важно транслировать своих специалистов, чтобы даже до прихода клиент уже знал к кому идет, так сказать - знал всех в лицо.

Tone of voice

Поэтому рекомендационное позиционирование это подруга, но в TOV важно еще нести нотку формальности, чтобы авторитет салона держался на соответствующем уровне.

