

SMM-стратегия для группы компаний «АРХСТРОЙ»

Оглавление

1. Цель
2. Задачи
3. Сегментирование ЦА
4. Позиционирование группы компаний «АРХСТРОЙ» в социальных сетях
5. Анализ существующих групп в социальных сетях
6. Контентная стратегия
7. Выявление прямых конкурентов
8. Анализ прямых конкурентов сайта
9. Кросс-маркетинг

1.Цель продвижения группы компаний «АРХСТРОЙ» в социальных сетях

- увеличение объема продаж

2.Задачи, решение которых поможет выполнить поставленную цель:

- Повышение узнаваемости бренда
- Доверие клиентов как к надежному застройщику
- Формирование базы лояльных клиентов

3.Сегментирование ЦА

Семьи с детьми до 18 лет

Ядро ЦА: Как правило, у покупателя жилья бизнес-класса в собственности уже имеется недвижимость. Новую квартиру клиенты приобретают для собственного проживания или проживания родственников.

Вопрос	Способ сегментации
Что?	Жилья бизнес-класса
Кто?	Семьи с детьми, пары
Почему?	Индивидуальный проект, использование высококачественных материалов для отделки фасадов и внутренних работ
Когда?	Необходимость улучшить жилищные условия
Где?	Vk, Fb, Instagram, сайт

4. Позиционирование группы компаний «АРХСТРОЙ» в социальных сетях

- события и новости компании и\или определенного жилого комплекса (например, начало строительства, запуск акции, фото хода строительства здания и т.д.)
- изюминки проекта (например, в квартирах запроектированы окна в пол, квартира передается покупателю с мебелью, предусмотрена охрана и т.д.)
- фото и контакты специалистов из отдела продаж (контакты и, например, возможность записаться на экскурсию по дому)
- «информация по теме» подразумевает посты, посвященные интерьерным решениям, ипотечным ставкам и т.д.
- развлечение — в этом разделе могут быть позитивные картинки со стройки, опросы, розыгрыши и т.д.

5. Анализ существующих групп в социальных сетях

Instagram @gk_archstroy

Рекомендации:

1. Указывать разные гео-локации.
2. Прописывать высокочастотные хештеги
3. 3-5 сторис в день о ходе стройки
4. Прямые эфиры в формате «Вопрос-ответ»
5. Заказ постов у Звёзд
6. Заказ постов у лидеров мнений

Результаты анализа позволяют рекомендовать Вам для активного продвижения следующие социальные сети (по степени приоритета):
instagram, вконтакте, facebook, одноклассники.

6.Контентная стратегия

Контент-маркетинг нужен для того, чтобы продемонстрировать свою экспертизу в тематике, ликвидировать недоверие аудитории, повысить ее лояльность и в итоге обменять эту лояльность на деньги.

Поэтому:

- контент должен быть экспертным, а значит клиент может начать доверять строительной компании (покупать наш продукт/услугу, т.к. мы эксперты).
- Информация актуальная и «свежая» на момент выхода публикации.

Таким образом необходимо базироваться на “трёх китах” контента: вовлекающий, обучающий и продающий контент.

Ключевая мысль, которую необходимо транслировать через контент:

Надежный застройщик, с полным циклом строительства объектов!

Рекомендуемая частотность публикаций:

ежедневно 1 публикация.

7.Выявление прямых конкурентов <https://vdome27.ru>

№	Потенциальный конкурент	Способы приобретения	Информация о ходе строительства	Репутация	Документация	Прямой конкурент
1	https://vdome27.ru	Бронирование, Рассрочка, Целевой займ от банка Дельта Кредит, Ипотечное кредитование	Есть	Отзывы на сайте нет	Есть	наш сайт
2	http://kultura.life	Ипотека , субсидирование по программе «Молодежного строительства».	Есть	Отзывы на сайте нет	Есть	да

8. Анализ прямых конкурентов сайта

Критерий	https://vdome27.ru/	http://kultura.life/
Email-маркетинг. Форма подписки	нет	Нет
Контент маркетинг. Блог (регулярность обновления)	Есть	Есть, последнее обновление июнь 2018 года
SMM. Ссылки на соц. сети	Instagram https://www.instagram.com/gk_archstroy/?hl=ru	Instagram (https://www.instagram.com/kultura.life/?utm_source=ig_profile_share&igshid=1jo2geyzgzkio&fbclid=IwAR0fwjAiCKEmo8kvdS60HyJeQOmN-WXUm9ys2zeQRfoJev6vizSMikWVZuw) FB (https://www.facebook.com/Kultura.life)
форма “обратный звонок”	есть	Есть
формы заявки	есть	Есть
онлайн-консультант	нет	Нет
физический адрес указан	да	Да
Гарантии	есть	Есть
Отзывы	нет	Нет

Рекомендации

1. Форма “обратный звонок” на лавной странице
2. Добавить функцию «он-лайн» консультант
3. Добавить поле «Отзывы»

9.Кросс-маркетинг

№	Компания	Предложение
1	@strukturadv	30% скидка на дизайн квартиры, при покупки квартиры у ГК «АРХСТРОЙ»
2	@interiodv	20% на премиальные отделочные материалы для дома
3	@fandeco_khabarovsk	20% скидка на осветительные приборы

Рекомендации

Данную информацию необходимо проафишировать и запустить рекламную кампанию с соответствующими баннерами, на которых будут оферы.