

Никита - самодостаточный талантливый дружелюбный парень с отличными вокальными данными, погруженный в музыку. Любит свою аудиторию, свои фанатов и является символом динамичного стиля жизни современной молодежи, отражает в своих песнях лиризм жизни, романтику отношений. Своими песнями Никита раскрывает в людях юношескую наивность и показывает светлую и чистую сторону молодости. Совмещает себе взрослому самодостаточности и юношеский задор. Обладает своеобразным и ярким стилем.

Словесный портрет

Role Models

Егор Крид, Макс Барских, Дан Балан, Тима Белорусских, ранний Иван Дорн

Позиционирование

Инстаграм

- Контент**
 - Стories
 - Мини-тизеры к песням
 - Времяпровождение
 - Посты
 - Красивые фото (фотосеты)
 - Смешные фото (шуточки, гримасы, хриплости)
 - Интерактивы (что вы думаете об этом? кто меня читает? кто моя аудитория?)
 - Фото и размышления (темы для разговоров, мысли, интеллектуальные вопросы, личные мнения)
 - Фото с рассказами о себе (мини-факты)
 - IGTV
 - Бэкстейджи с фотосетов
 - Бэкстейджи со съемок клипов
 - Бэкстейджи с записи песен
 - Музыкальные видео
 - Хайлайты
 - Фото с фотосетов
 - Лирика к песням!
 - Релизы по альбомам
 - Песни и тизеры к ним
 - Тизеры к концертам
 - Видео с концертов
 - Коллаборации
 - Лайв трансляции с участием музыки артиста
 - Коллабы с вайнерами
 - Отметки артиста на фото
 - Коллаборации с брендами одежды

Продвижение

Рекламные кампании

- 1. Запускаем параллельно на неделю-полторы одинаковую кампанию для всех аудиторий
- Первый этап: узнаем аудиторию
- 2. Через 10 дней собираем статистику
- 3. Отбираем нашу целевую аудиторию
- 4. На основе аналитики и статистики создаем постоянное аудиторно получателей наших рекламных кампаний
- Второй этап (далее идет стандартная рекламная кампания для любых релизов)
- Рекламный пост с тизером (маленькой частью и красивой картинкой с оформлением названия песни (как у Крида))
- Интерактив
 - Конкурсы каверов с созданием лендингов для голосования за каверы
 - Конкурсы с розыгрышами бэкстейджей

Аудитории

- 1. Девушки и Парни
 - Семейное положение: в паре
 - Возраст: 16-25
 - Интересы: клубы, танцевальная музыка, блогеры (Илеева, Кузнецов), косметика, вечеринки, Black Star Inc, музыка, поп-музыка, олимпийская эстрада
 - География: СНГ
- 2. Девушки
 - Семейное положение: -
 - Возраст: 19-25
 - Интересы: отдых, косметика, внешний вид, стиль, мода, медийные личности, музыка, фитнес, поул данс, вечеринки, гламур, эстрадная музыка, взаимоотношения, Vogue, Cosmopolitan, диеты
- 3. Девушки
 - Семейное положение: -
 - Возраст: 21-27
 - Интересы: отдых, косметика, внешний вид, стиль, мода, медийные личности, музыка, фитнес, поул данс, вечеринки, гламур, эстрадная музыка, взаимоотношения, Vogue, Cosmopolitan, диеты
- 4. Корпоративная аудитория:
 - Пол: Мужчины и Женщины
 - Интересы: владельцы бизнеса, эстрада, телешоу, телевидение, топ-менеджмент, медийные личности, Comedy Club, THT, CTE, Новый канал, Первый канал

Бюджет и длительность

- \$5 каждый день в течении 10 дней (варируется)-4 аудитории: \$200 чтобы узнать нужную аудиторию
- 10 дней параллельно по одной рекламной кампании на 4 аудитории (запустить параллельно 4 одинаковых кампании с разными аудиториями на 10 дней)
- Результаты: Мы выделем нашу ЦА. Общий охват кампании: 50000-130000 = 5000 подписчиков в инстаграм

Общий бюджет кампании Инстаграм: \$ 2535 (включая кампанию по поиску ЦА)

YouTube

- Видеоконтент
 - Тизеры
 - Бэкстейджи
 - Музыкальные видео

Стратегия продвижения

- Рекламные кампании**
 - 1. Кампания: дорелизная
 - Прероллы с тизером (тип преролла: объявление заставка на 6 секунд, пропустить нельзя) - ведет в инстаграм
 - Длительность: 2 недели
 - Бюджет: \$75 в день (75*14=1050 - общие затраты на кампанию)
 - Результат: 120000-160000 просмотров тизера = 10000 подписчиков
 - 2. Кампания: пострелизная
 - Прероллы с конкретным тизером (тип преролла: объявление, можно пропустить) - ведет в инстаграм
 - Длительность: 1 неделя
 - Бюджет: \$150 в день (150*7=1050 - общие затраты на кампанию)
 - Результат: 120000-160000 просмотров = 12000 подписчиков
 - Прероллы с клипом (тип преролла - музыкальный клип, можно пропустить) - ведет на канал Ютуб
 - Длительность: 2 недели
 - Бюджет: \$150 в день (150*14=2100 - общие затраты на кампанию)
 - Результат: ~240000 просмотров
 - Реклама в поисковых результатах: клубная музыка, танцевальная музыка, поп-музыка, Егор Крид, Тима Белорусских, бьюти блогеры, блогеры
 - Длительность: 2 недели
 - Бюджет: \$100 в день (100*14=1400 - общие затраты на кампанию)
 - Результат: 196000 просмотров
 - Реклама в рекомендованных
 - Длительность: 2 недели
 - Бюджет: \$100 в день (100*14=1400 - общие затраты на кампанию)
 - Результат: 196000 просмотров
- Коллаборации**
 - Совместное исполнение песен
 - Участие в выпусках блогеров
 - Реклама музыки у блогеров

Общий бюджет кампаний в YouTube: \$ 4900 (Кампания синхронизируется по времени с кампаниями в инстаграм)

Указаны максимальные возможные потенциальные суммы на каждую из кампаний. Фактическая сумма затрат за день может варьироваться. Результаты указаны примерные на основе калькуляции на основе сегментированной аудитории, возможное количество показов и охват, предоставлены прогнозами из создания рабочих вариантов рекламных кампаний (информация предоставлена ресурсами Facebook AdManager, Google Adwords)

Вконтакте

- Создание официальной группы
 - Постинг релизов
 - Постинг новостей
 - Создание мероприятий
 - Дублирование конкурсов из других социальных сетей
- Создание официальной фан-группы
 - Постинг фотографий
 - Постинг релизов и новостей
- Продвижение:
 - Покупка рекламы в пабликах (постинг красивых сохраненок с музашей Никиты), (постинг Никиты в пабликах для девушек, пабликах про поп-музыку и телевидение)
 - Бюджет: \$350
 - Результат: зависит от показателей пабликов и их средней статистики охвата поста
 - Запуск конкурсов на лучший кавер/билетов на концерт/бэкстейджа с обязательным условием репоста