

SMM-портфолио

Моб.: +380665515337

www.facebook.com/sanka.tjapina/

Telegram: https://t.me/Aleksandra_tiapina

E-mail: Alextjapina@gmail.com



Александра Тяпина

Краткая информация

Создание рекламных постов в соцсетях;

Ведения страниц в соцсетях;

Написание текстов для блогов;

Создание контент планов;

Создание видеороликов;

Анализ конкурентов;

Разработка SMM - стратегий;

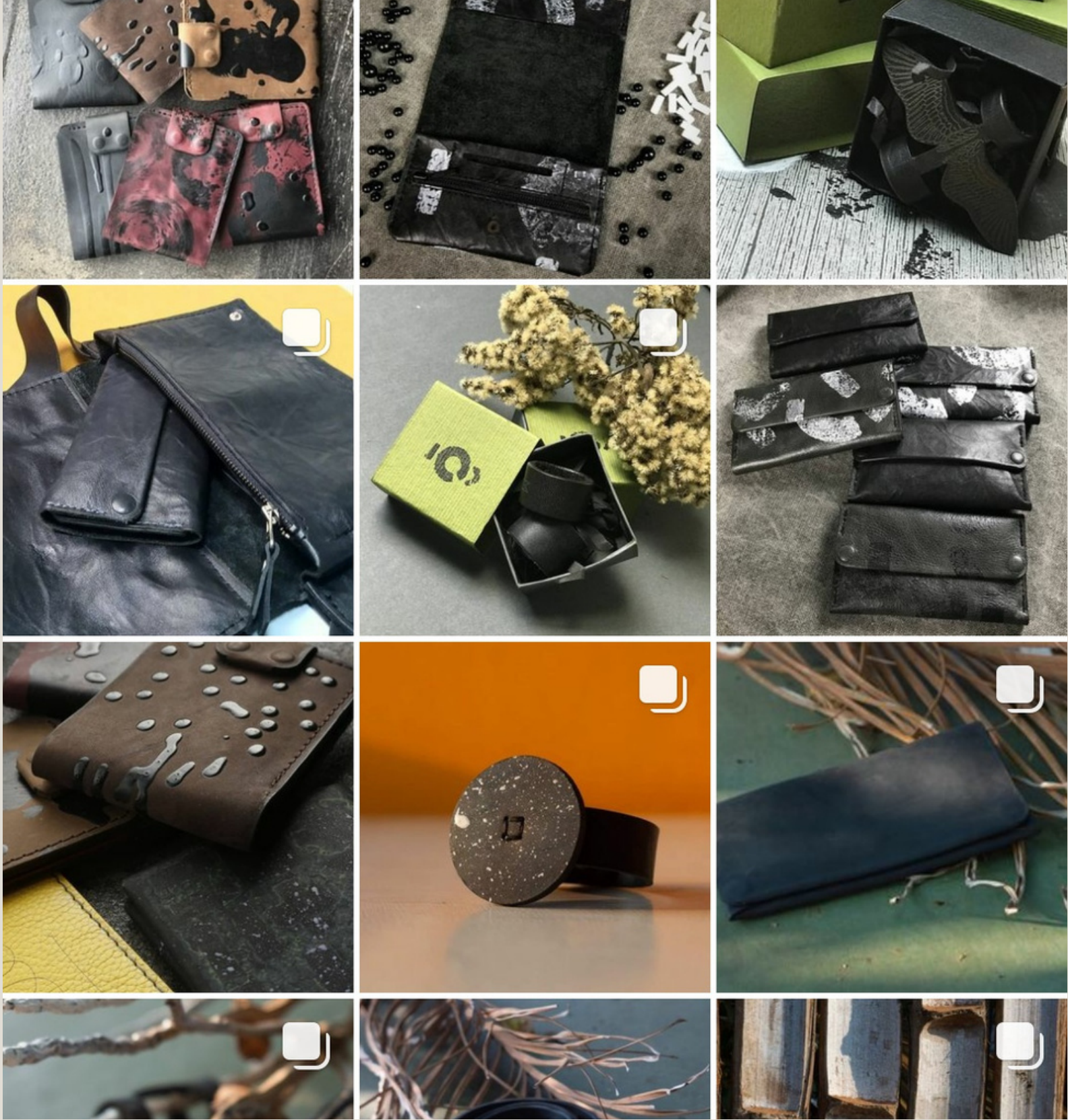
Настройка рекламы.

Проф. Навыки

Google/Microsoft Office tools; Google Ads;

CRM-системы; Facebook manager;

Photoshop, Canva, VideoGuru; MindMap, Figma.



Навыки:

Анализ конкурентов

Разработка SMM стратегии
и контент-плана

Настройка рекламы

Видеомонтаж

Разработка и реализация
SMM-кампаний в
социальных сетях

Написание постов

Оформление сторис

Составление отчетов и
анализов эффективности.



Украшения из жемчуга

Создание контента и
написание постов



Производство зеркал

Создавала фотосессии



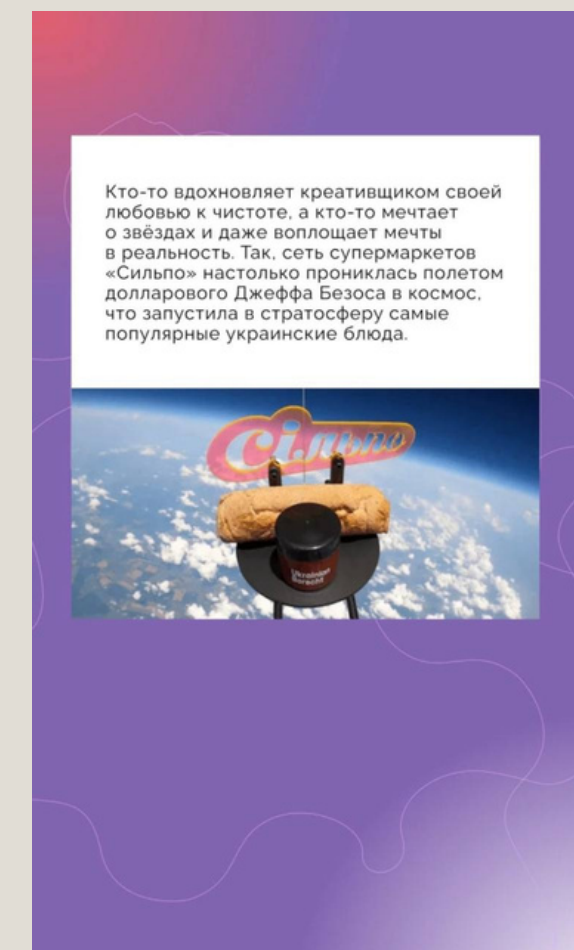
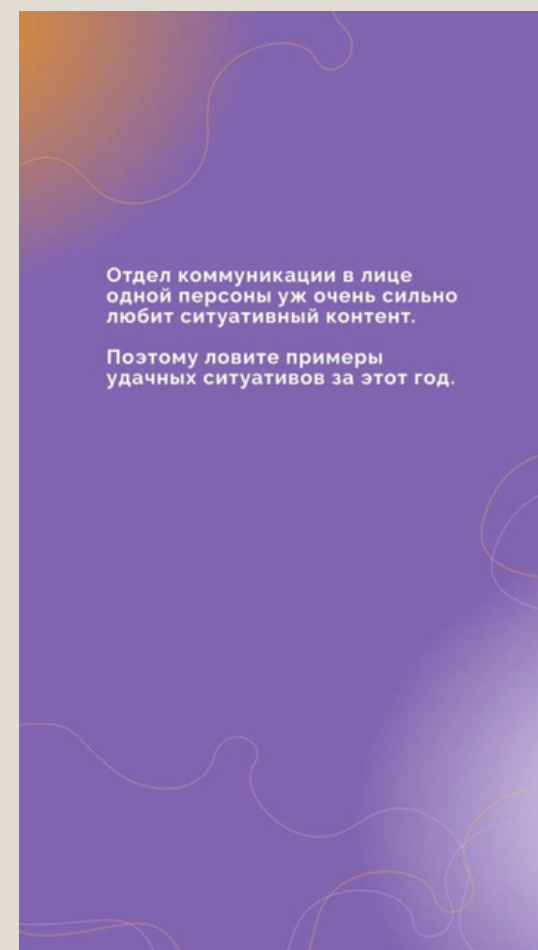
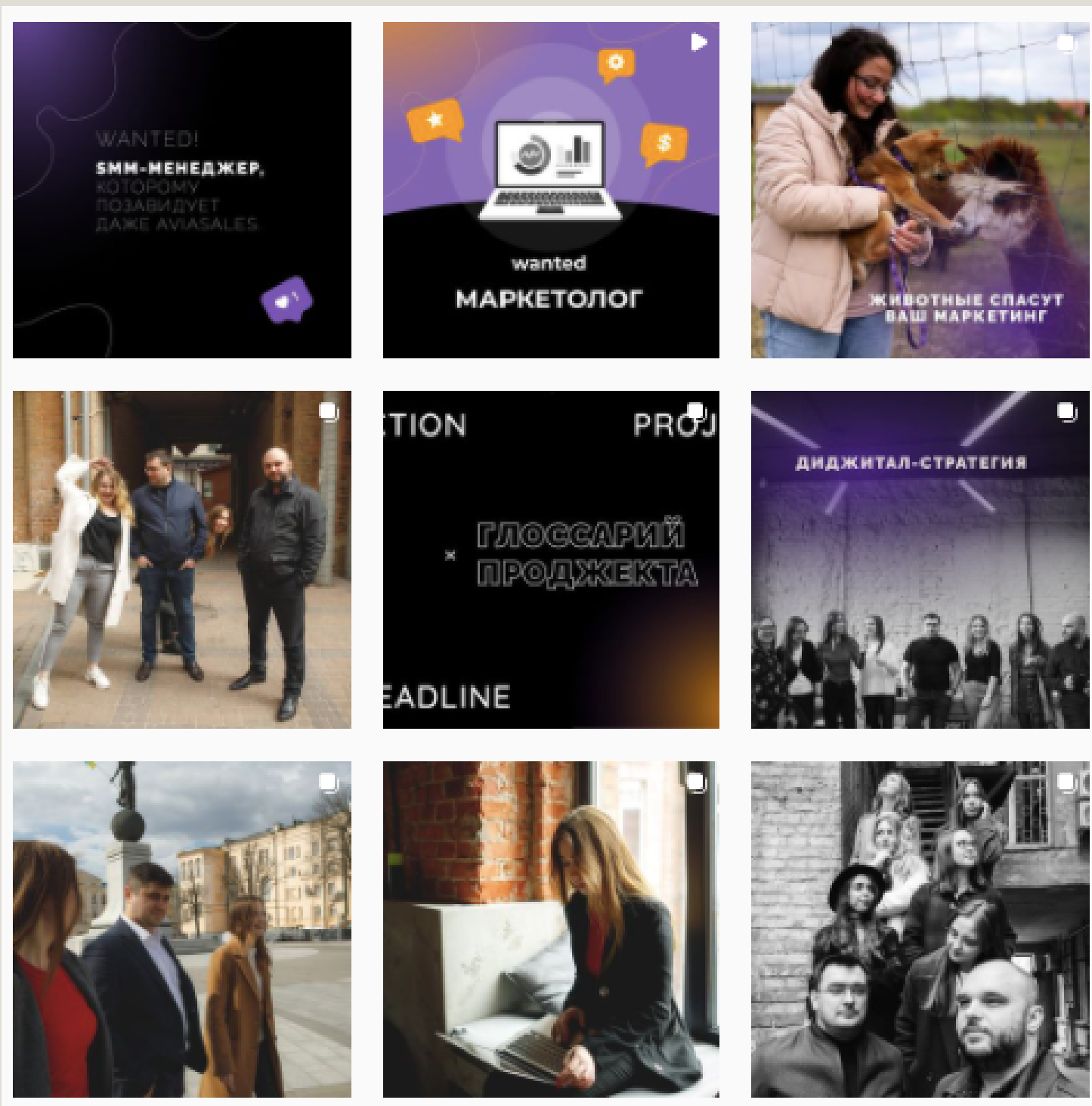
Изделия из кожи

Создание контента и
написание постов

Создание фото
контента, как
отдельный вид
искусства

Ведение страницы Маркетингового агентства

Лента и сторис ДО



Ведение страницы Маркетингового агентства

Лента и сторис ПОСЛЕ



Создание контент-плана

Создание визуалов
(посты/сторис)

Написание постов

Ведение страницы Маркетингового агентства

Примеры постов



svetagency Есть вопросы, с которыми сталкивается каждый маркетолог, вот некоторые из них 📌

Как маркетологи решают, что зайдёт, а что нет? 😊
Для этого проводятся исследования. Делаются опросы среди большого количества людей или фокус-групп. Есть компании, которые только и специализируются на маркетинговых исследованиях, а в агентствах чаще всего есть специалисты такого профиля.

👉 А опытный маркетолог уже давно сам затестил множество гипотез и проверил, что работает, а что нет, и на каком продукте.

Маркетинг может спасти, если продукт плохой?
Но что значит «плохой продукт»? 🤔

Если по вы получили фидбэк от клиентов, тогда можно учесть отзывы и доработать продукт и сделать его более привлекательным. А если товар неэтичный, никакая реклама не поможет.

А реклама вообще работает?
Часто сталкиваемся с фразой, что эта реклама повсюду и уже начинает раздражать. Но если реклама раздражает, значит её заметили, а если её заметили, значит, она работает 😊

Мы замечаем только часть визуальных или текстовых сообщений, которые попадают на подкорку головного мозга и всплывают в тот момент, когда нам потребуется информация о продукте или услуге, рекламу которых мы когда-то видели.

То есть если вы потенциально целевая аудитория, то, скорее всего, рекламу вы заметите 😊

Маркетологи, делитесь в комментариях, что у вас ещё спрашивают 📌

3 нед.



svetagency SEO оптимизация и PPC реклама

➡ SEO – это работа на перспективу, дающая длительный результат по трафику на сайт.

➡ PPC – это мгновенные результаты в виде прямого трафика на сайт.

Каждый инструмент решает отдельные задачи, которые, на сегодняшний день, являются обязательными при создании сайта и продвижении своего бизнеса.

Разберем подробнее 📌

• Трафик (объем посетителей на сайте), который приносит SEO, превышает контекстный. Для достижения хороших показателей необходимо работать с ключевыми словами, а это занимает время.

👉 Контекст может дать более быстрый результат, чем SEO.

👉 Эффект от SEO действует дольше, чем от контекста.

✅ Лучше вместе
SEO и контекст – это разные инструменты и каждый используется для разных задач, но их объединяет одна цель – повышение эффективности сайта.

💡 Если запускать контекстную рекламу на оптимизированный сайт, то показатель эффективности объявлений по рекламе повышается, сайт будет находиться на первой странице поиска, а затраты на рекламу будут ниже.

💡 Одновременное использование двух инструментов позволяет оптимизировать бюджет.

👉 И не забывайте про фактор доверия – 85% доверяют органике и только 15% — рекламе. А за органику, как раз и отвечает SEO 😊

2 нед.



svetagency Агентство или штатный сотрудник. На сколько это эффективно?

Давайте разбираться 🤖

Если сотрудник в штате, то какие его обязанности?

Наполнять соцсети контентом и настраивать таргетированную рекламу, проводить анализ конкурентов и целевой аудитории, выстраивать воронки продаж, оптимизировать расходы на рекламу? Давайте смотреть объективно, один человек не может быть хорош во всем. А если человек не один, то сколько составляют затраты на зарплату и содержание рабочего места в месяц, а если в год?

В агентстве же над одним проектом работает команда специалистов, таргетологи настраивают рекламу, SMM-щики занимаются контентом в социальных сетях, проджект менеджеры следят за сроками. И все это сравнимо по стоимости с зарплатой одного хорошего маркетолога.

Рынок меняется и тенденция показывает, что все больше компаний делают выбор в пользу маркетингового агентства.

А вы предпочитаете сотрудничать с агентством или держать в штате маркетолога?

7 нед.

личественные показатели		Визуальный сравнительный анализ			Позиционирование				
ол-во подписчиков	Коэффициент вовлеченности	Визуальные особенности	Фото-материал	Что больше заходит аудитории	Позиционирование	Слоганы, месседжи	Ассоциации с брендом	ToV	Контент
1385	3,68%	основной цвет "bleu nuit" - Полупрозрачный синий, использует шаблоны для информативных постов с этим цветом. При оформлении сторис используют шрифты из инста и там же их	Большинство фото сделанные на телефон, без особого концепта (максимально просто) предмет в центре	Видео набирают больше просмотров,	Это аукционный дом Монако, аукционы проходят в том числе и благотворительные, при поддержке принцессы	только конкретная информация о месте проведения и тематике мероприятия (аукцион)	Официальное мероприятие	Только конкретная информация о предмете/товаре, написано сухо "без заморочек", его история, размер, цена. Информация о месте проведения, времени и тематике	Посты делаются раз в 2 дня. Только конкретная информация о предмете/товаре, его история, размер, цена. Информативные посты о месте проведения, времени и тематике
7210	0,62%	Страничка выглядит живой и стильной без каких-либо особенностей. Основная концепция - живые фото	Фото следаны профессионально, но живо, разбавлены материалами снятыми на телефон (в основном для сторис)	Фото сумки в образе (с примером лука) набирает больше лайков	Присоединяйтесь к нам в продлении жизненного цикла роскоши! Покупайте и продавайте с нами. Подарки и поведение бренда не соответствует названию и заявленному позиционированию.	Дружеское обращение, используются сезонные посылы (Когда температура понижается, значит, пришло время для более уютных материалов). Делают призыв к действию - покупай онлайн!	Из названия можно понять: символический, классический, культовый. Прослеживается связь с экологичностью и разумным потреблением	Дружеское взаимодействие с аудиторией, сезонные посылы и вдохновляющие фразы на англ	Посты делаются раз в 3-4 дня. В основном имеют просветы с дружелюбным посылом. Информативные посты о мероприятиях, которых присутствуют. Встречаются фразы
79200	0,03%	Не всегда качественный визуальный контент, без моделей	Живые фото на телефон, реже студийные, есть яркие акценты после череды однотонного и простого. Мало фото на теле, но есть рубрика сторис "Стиль"	Сумки в оригинальном дизайне набирают больше лайков	Фраза в шапке профиля : "Коллекционер редких сумочек и хронический шопоголик @ksenia_lazure", - позиционирование отсутствует, но есть акцент на редких сумках и якобы связей в мире моды	В некоторых постах встречается, что у их клиентов есть возможность приобрести что-то раньше чем это попадает в магазины. так же их отдельных редких постов на русском говорится, что есть команда. Сформулированного месседжа нет	На первый взгляд кажется, что перепродажа своего, посты написаны не очень грамотно (формулирование маслей) не внушает доверия, хоть и есть линк на личную страницу	Много сторис из магазина и образов. на русском и англ	Посты делаются раз в неделю. Что есть в то и выставлено любая сумка из немногих постов, оч. описаний. Посты чередуются русский и английский четкой структурой практически отсутствуют

Анализ конкурентов

Ниша: Перепродажа брендовой одежды

Сегменты целевой аудитории

1 Цель: Покупают для себя

Мотивы:

- удовольствие от совершения покупки;
- демонстрация возможности дорогой покупки;
- создать образ, который я могу купить.

Интересы:

- ночные тусовки;
- коктейльные вечеринки;
- открытие новых модных мест;
- дорогие покупки;
- селебрити и знаменитости.

Как искать данный сегмент в интернете:

- настраивать рекламу на локации (Jimmy'z, Louis XV, Restaurant du Métropole Monte-Carlo, VIP Room и др);
- по интересам (люкс, высокая мода, ночные тусовки, дорогие машины, яхт-клубы, коллекционирование, искусство и тд).

Триггеры:

- эксклюзив;
- престижно;
- высокий статус;
- повышенный сервис;
- дорого.

Сегменты целевой аудитории

3 Цель: Покупают для перепродажи

Мотивы:

- заработок;
- принадлежность к "сообществу";
- быть "при деле".

Интересы:

- открытие новых модных мест;
- высокая мода;
- показ мод;
- брендовые вещи;
- трендовость и редкость моделей;
- селебрити и знаменитости.

Триггеры:

- уникальный товар;
- престижно;
- гарантия качества;
- подлинность;
- надежное сотрудничество.

Анализ Целевой аудитории

Ниша: Перепродажа
брендовой одежды

Настройка рекламы

Ниша: ювелирные украшения

Поднятие вовлечения		Привлечение новых подписчиков		
Ремаркетинг		Увеличение продаж		
Название группы объявлений	Результат	Охват	Показы	
Инстаграм - 2 запуск — лента/ сторис - ремаркети...	62 Начало переписк...	35 547	64 328	
Инстаграм - 2 запуск — лента	98 Начало переписк...	44 213	59 073	
Инстаграм - 2 запуск — сторис	22 Начало переписк...	33 824	41 083	
Инстаграм — Ретаргетинг	18 Начало переписк...	5 928	16 977	
Инстаграм - 1 запуск	52 Начало переписк...	44 454	58 008	
Фейсбук	62 Начало переписк...	11 776	18 814	
> Результаты, число групп объявлений: 6	314 Начало переписки ...	147 909 Пользователи	258 283 Всего	

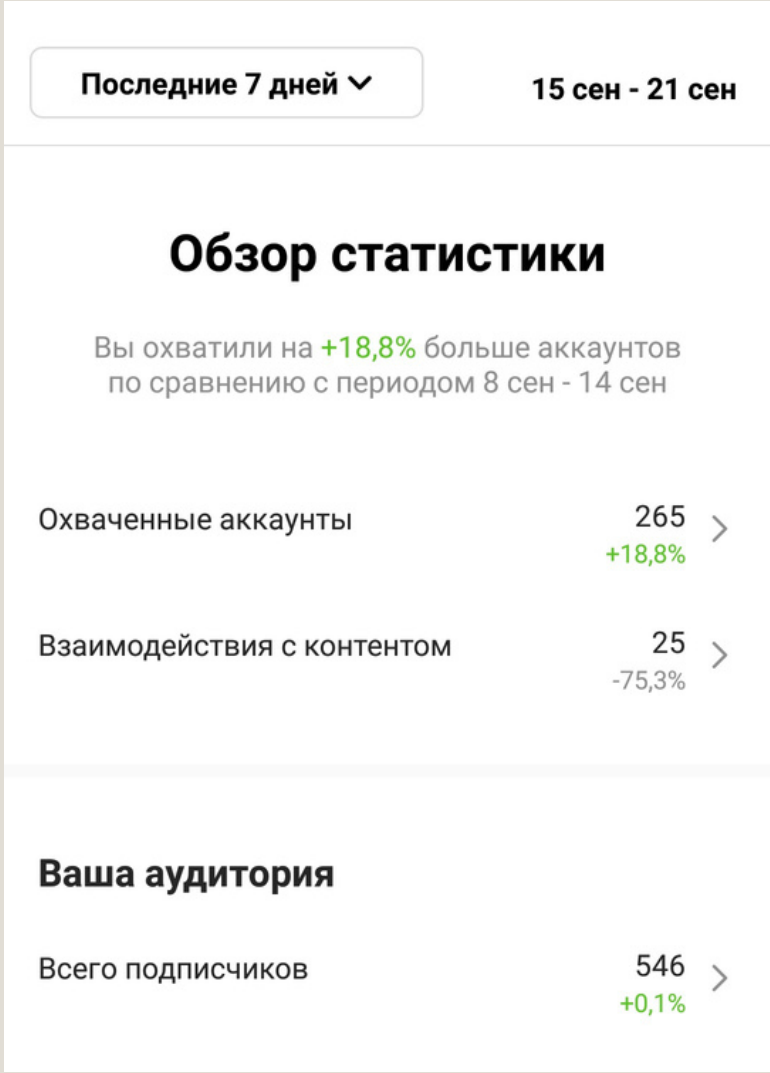
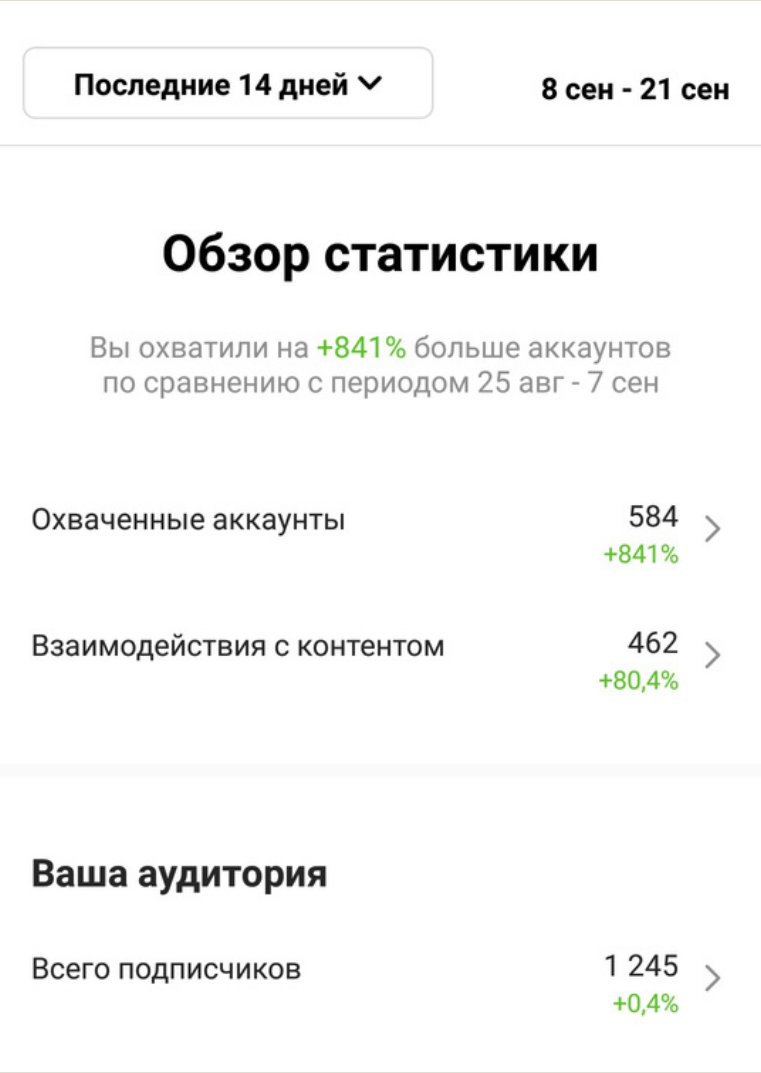
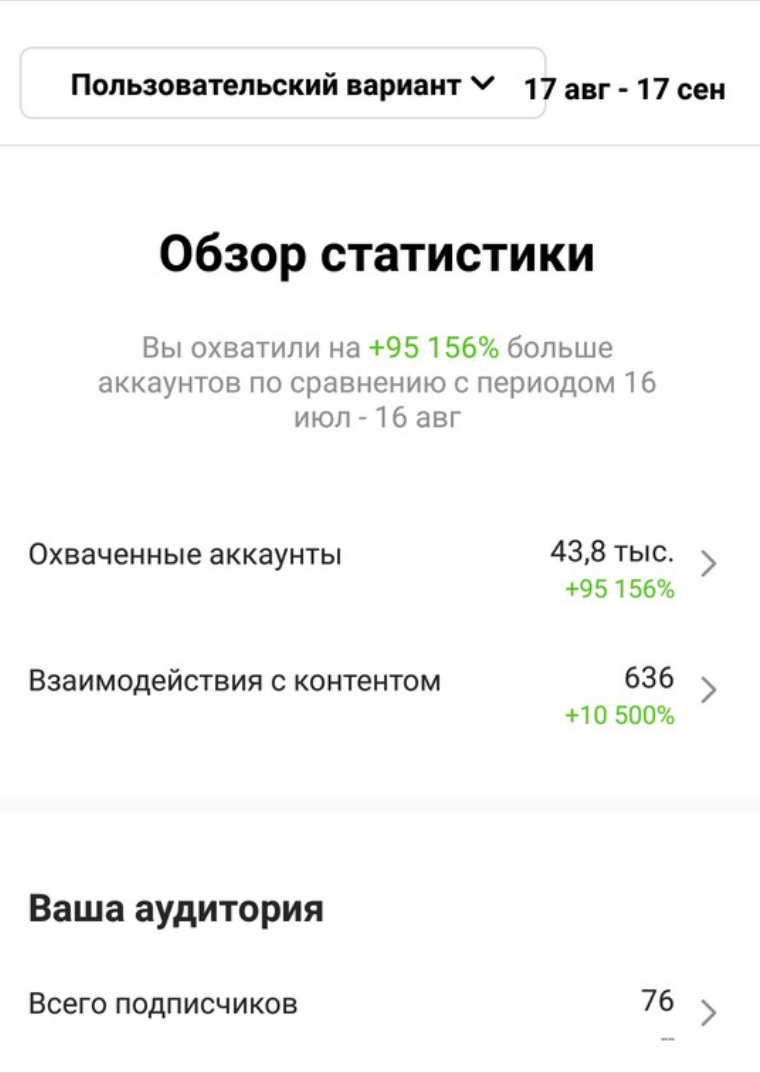
Создание

КОНТЕНТ-ПЛАНА

№	Позиция	Концепция	T3 символы	Текст	Коммент	И
020	про бренд	вовлечение	до 7	про карман для мелочи/ Пользуетесь кисетом? / Предпочитаете карту или наличку?	провести викторину или позадавать вопросы, что больше всего интересует ЦА, что думают о продукте	ст
020	кошелек	описание товара	до 200	Портмоне/кошелек: По статистики, кошелёк входить в топ три часто забываемых вещей. Но может дело в самом кошельке? Когда он простой и безликий, без индивидуальности и не подчеркивает стиль своего владельца, то конечно такую вещь будут забывать. А теперь представь, свой	удобство в использовании, индивидуальный подход к созданию	с
020	кошелек	вовлечение	до 7		викторина. как часто пользуются кошельками. что предпочитают больше - карты или наличку	ст
020	кисет	вовлечение	до 7	два стори про кисет (курите табак/пользуетесь кисетом)	спросить о том, сталкивались ли подписчики с проблемами из-за отсутствия органайзеров	ст

Разработка и тестирование
стратегии продвижения
бренда в социальных сетях

Выявление лучшего варианта
контента, который "заходит"
нужной нам аудитории



Анализ статистических данных аккаунтов

Результат таргета
Уроки немецкого для детей

Таргет + SMM
Косметолог

Органика с помощью SMM
Украшения ручной работы

Все данные реальных аккаунтов с которыми я работала

В маркетинге 3 года

Ниш с которыми работала 7+

Ведение проектов одновременно 6

LTV клиента 4+ месяца