

# PaVe Food

Магазин свіжих та якісних продуктів

smm стратегія розвитку



## Цели:

- Сформировать знание о продукте
- Существенно повысить как оффлайн, так и онлайн продажи
- Повысить доверие клиентов и убрать страх у людей «в маленьком магазине по-любому дороже»





# Анализ ЦА

## ОФФЛАЙН

Расположение:

Днепр

Пол:

Мужской/женский

Возраст:

30-60 лет

Интересы:

Путешествия/кулинария/иностранные фильмы, сериалы/спорт

График работы:

5/2 до 17:00

Приблизительный заработок:

15000 – 25000 гривен/месяц

Раздражители:

Очереди в магазинах,  
неоправданное повышение цен

## ОНЛАЙН

Территория всей Украины

Мужской/женский

25-35 лет

Путешествия/кулинария/иностранные фильмы, сериалы/спорт/саморазвитие

Freelance, плавающий график

18000-27000 гривен/месяц

Иррациональная трата времени



# Пример профайла:

Анна, 35 лет

Давно живет в городе Днепр, имеет семью (дочь – 8 лет, муж – 40 лет).

Ведёт активный образ жизни, предпочитает ездить в отпуск за границу, нравится исследовать кухню каждой страны, в которой она побывала.

Следит за питанием, всегда **покупает продукты премиум качества**, так как **уверена в них больше, чем в украинских производителях**. **Фрукты и овощи предпочитает покупать на рынках или в небольших магазинах онлайн/оффлайн, из-за отсутствия в них химикатов**. Но в тоже время Анна знает цену деньгам, и не будет покупать продукты в магазинах, которые дерут деньги за бренд.

В соц.сетях интересуется актуальными исследованиями по психологии, статьями по воспитанию детей, рецептами, общением с друзьями.



## Brand Truth

Мы магазин в Днепре, который располагает широким ассортиментом импортных товаров, так и фермерскими овощами/фруктами.

## People Truth

Я слежу за своим здоровьем, поэтому хочу покупать в магазине качественные и свежие продукты по адекватной цене

## Category Truth

Качественные импортные продукты, свежие овощи/фрукты, зерновое кофе и ароматная выпечка

**Точка дифференциации:** Мы предоставляем качественные продукты для всей семьи по приятным ценам.



# Ключевое сообщение

**ЦА оффлайн:** «Всё еще думаете, что питаться импортными и фермерскими продуктами дорого? Мы покажем, что это не так»

**ЦА онлайн:** «Время не стоит на месте, экономьте его и покупайте импортные продукты у нас онлайн»





# Канали коммунікації



Присутствие ЦА онлайн магазина



Присутствие ЦА

оффлайн/онлайн магазина



# Рубрики Facebook

## #PaBe о рецептах

(рецепты блюд, которые можно приготовить из продуктов, купленных у нас)

## Интересные факты о...

(разные продукты)

## Товар дня

(его описание и преимущества)

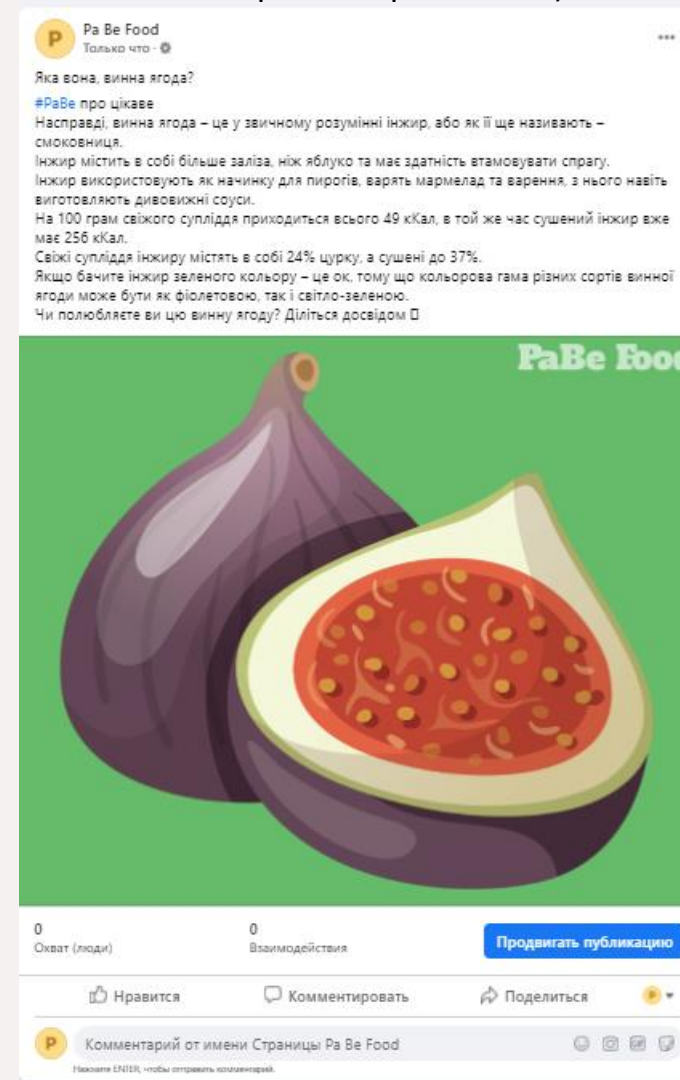
## Наши акции

(платные посты с рекламой текущих акционных предложений)

## Жизнь бренда

(история открытия, развития, о сотрудниках, факты бренда)

(пример поста в FB, рубрика «интересные факты о...»)





# Рубрики Instagram

## Видеообзоры продуктов/новых поступлений

(самые популярные обзоры продуктов запускаем в промо)

## Батл продуктов

(рубрика для сторис)

## Отзывы покупателей

(скриншоты переписок с благодарностями)

## Наши акции

(платные посты с рекламой текущих акционных предложений)

## #PaVe Fun

(мемы, веселые картинки, опросы)

## #PaVe о здоровье

(влияние на здоровье разных фруктов/овощей)



(пример поста в Instagram, рубрика наши акции)

Вже вирішили, чим здивувати свою сім'ю на сніданок? Спробуйте тости з нашою новинкою, шоколадною пастою Chocofini, яка, до речі, ще за акційною ціною



# Детализация рубрикатора Instagram

**Видеообзоры продуктов/новых поступлений**  
(самые популярные обзоры продуктов запускаем в промо)

**Батл продуктов**  
(рубрика для сторис)

**Отзывы покупателей**  
(скриншоты переписок с благодарностями)

Цель: обратить внимание клиентов на новинки.  
Формат – посты с видеообзорами, в которых рассказываются преимущества продукта (посты с описанием новинок)

Цель: увеличение активности подписчиков, интерактив.  
Формат – сторисы-батлы (допустим пользователь из двух предложенных фруктов выбирает менее калорийный по своему мнению, и потом узнает правильный ответ в следующей истории)/ сторис «а что выберешь ты» и два варианта продукта

Цель: сформировать доверие потенциальных покупателей.  
Формат – сторисы-скриншоты отзывов клиентов, которые закрепляются в хайлайты, в будущем видео благодарности от блогеров



# Детализация рубрикатора Instagram

**Наши акции**

Цель: повысить продажи акционных товаров.  
Формат – посты с текущими акционными предложениями раз в неделю

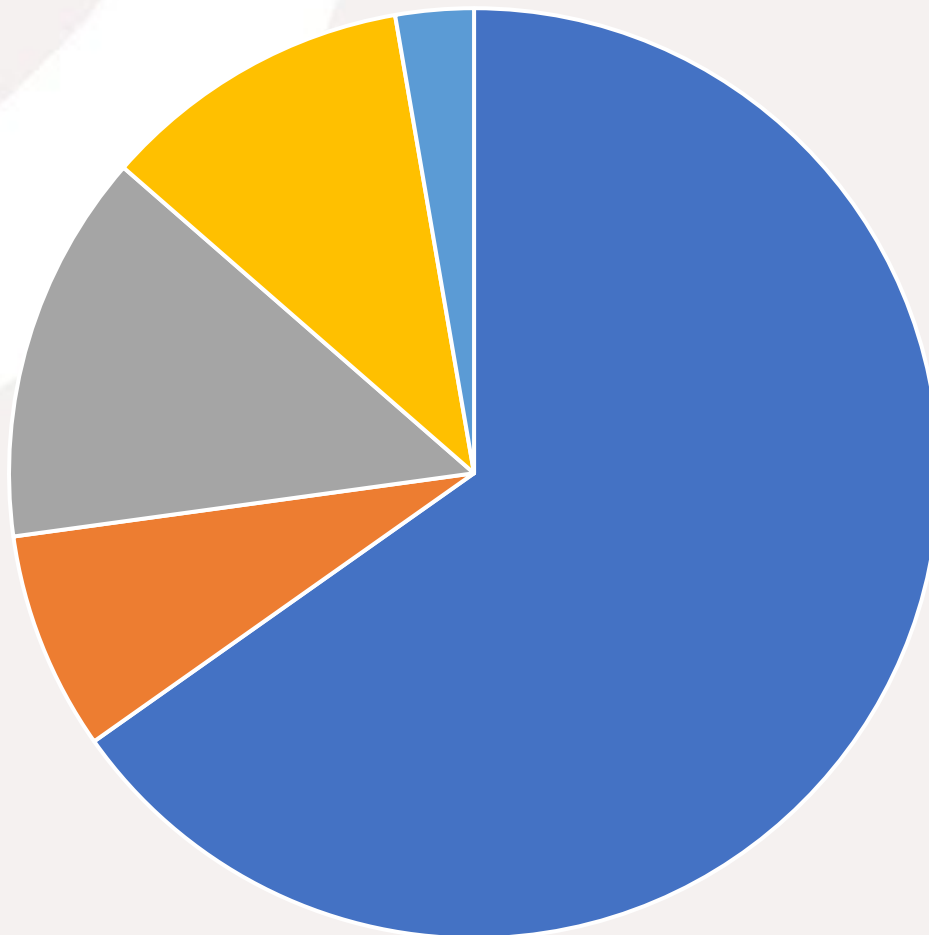
**#PaVe о здоровье**

Цель: вовлеченность в аккаунт, разбавить продажу.  
Формат – посты, рассказывающие о пользе фруктов/овощей



# Вес рубрики

Вес рубрики



■ обзоры новых продуктов ■ акции ■ Отзывы ■ Батл продуктов ■ #Pabe о здоровье



## Концепт оформления инстаграм аккаунта



Концепция оформления инстаграм аккаунта будет в единой цветовой гамме, которая будет зависеть от времени года с графическими элементами (фигуры, стикеры анимированные), так как ассортимент меняется в соответствии от времени года





## Примерный план постов на 1 неделю

День тижня	Рубрика	Приблизна кількість постів	Тема
Понеділок	Новини	1	Акційні пропозиції тижня
	Репутаційна	1	Фотовідгук покупця
Вівторок	Продаж	2 протягом дня	Відеоогляд нових надходжень
Середа	Продаж	1	Товар тижня/ його переваги <b>(запуск в промо)</b>
Четвер	Продаж	1 пост + stories	Відеоогляд нових надходжень
	Рекомендаційний	1	Рецепт з використанням печива «Савоярді»
Субота	Комунікативний	1	Вплив бажань клієнтів на покращення сервісу/збільшення асортименту
Неділя	Розважальний	(день Stories) на залучення активності	Батли продуктів



## Цепочка с ретаргетингом

### Наше объявление в FB/Instagram:

На нашем сайте з'явилось дуже багато новинок, які саме тобі будуть довподобі

Переходь на наш сайт, замовляй і вже завтра вранці ти зможеш насолодитись кавою Lavazza чи тостами з ніжною пастою

NussMilk



Переход на сайт, данные Pixel, говорят о том, что человек был в разделе кофе

Посетитель ушел без покупки

Через 2-3 дня после запуска объявления о новинках запускаем рекламу с акцией -10% на всю линейку кофе Lavazza на тех, кто ранее переходил на сайт по прошлому объявлению

Покупка

Создание индивидуальной аудитории на основании «списка клиентов»

Запуск рекламной компании с информацией об актуальных акциях, связанных с кофе (сладким, десертами к нему)



## Примерный бюджет на промо страницы

Промо страницы:

- Запускаем кампанию вовлеченность «взаимодействие с публикацией» на наших подписчиков приблизительно 2-3 доллара в день (60-90 \$ в месяц)
- Раз в неделю запускаем промо товара, добавляем к аудитории lookalike один дополнительный интерес приблизительно 4-5 долларов в день (28-35 \$ в неделю 112-140 \$ в месяц)
- Раз в две недели запускаем кампанию на 5 дней вовлеченность «отметки нравится страница», исключаем нашу аудиторию, приблизительно 5 долларов в день (25 \$ за 5 дней 50 \$ в месяц)

Итого 222-280 \$ в месяц