

A close-up, high-angle portrait of a woman's face, looking slightly to the right. Her eyes are brown and expressive, and her lips are painted with a soft, pinkish-red lipstick. The lighting is soft and directional, highlighting the texture of her skin and the contours of her face. The background is dark and out of focus.

# Portfolio

SMM & content creator

Nelia Sobkiv

# Про мене

Я – **Собків Неллі Петрівна**, *SMM-спеціаліст та контент-креатор.*

Створюю SMM-стратегії, фото- та відеоконтент, пишу продаючі та інформативні тексти, веду сторінки та просуваю бізнеси в соцмережах.

Працюю з різними нішами та допомагаю брендам розвиватися завдяки якісному контенту.

Мій Instagram: [instagram.com/neliasobkiv](https://www.instagram.com/neliasobkiv)



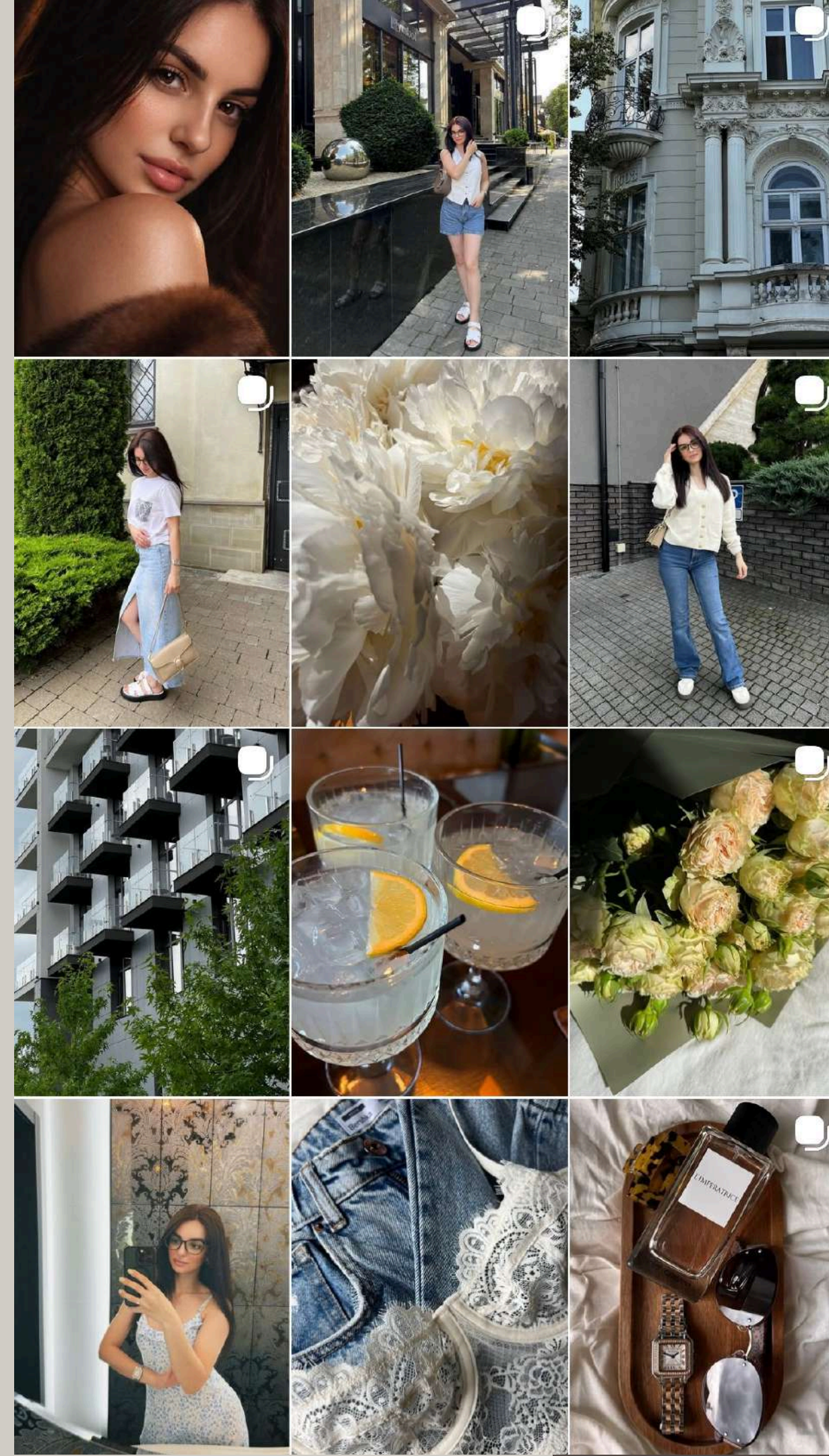
# *Мої послуги*

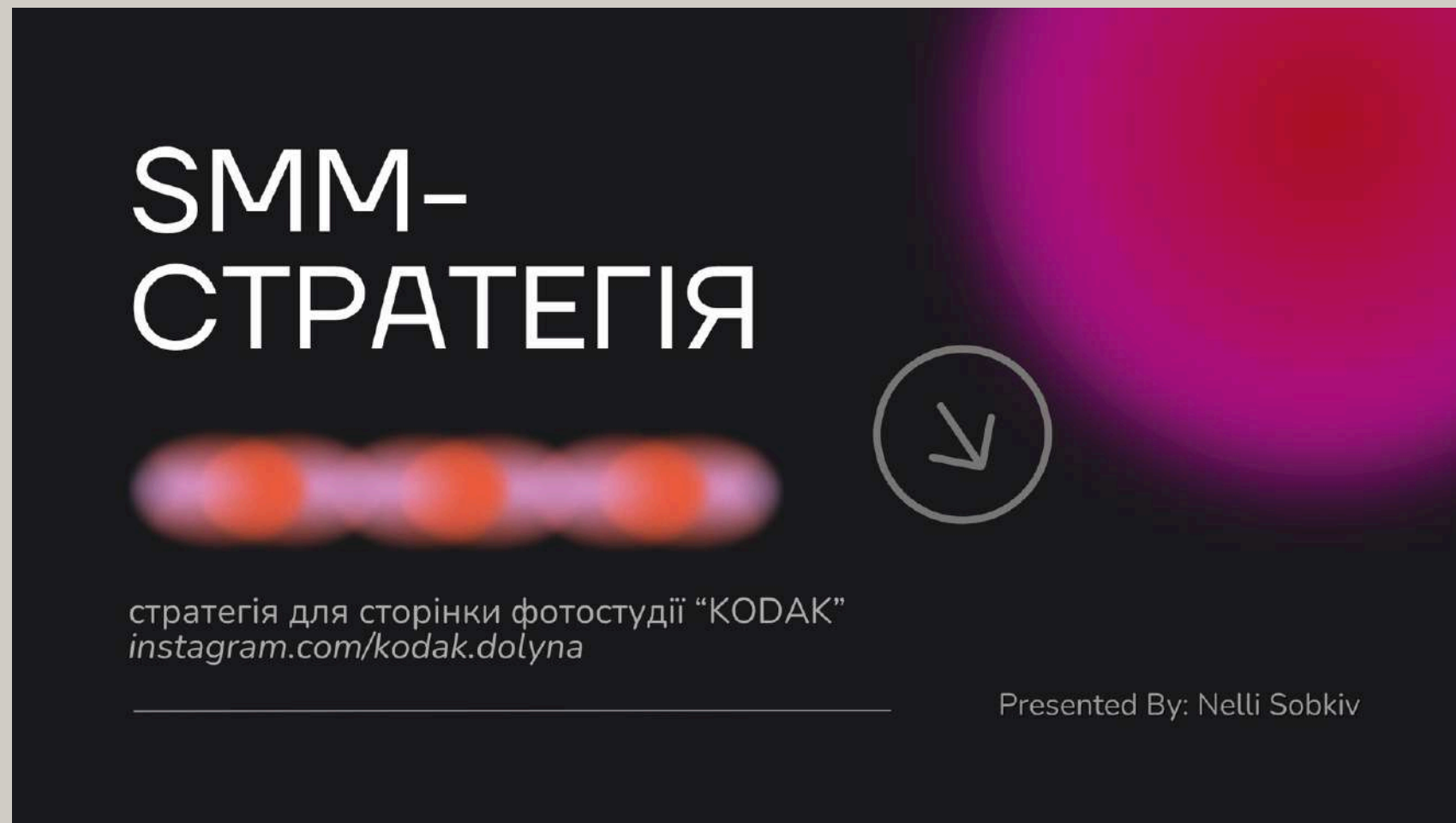
- повне ведення соціальних мереж
- створення SMM-стратегії
- контент-планування
- зйомка фото / відео контенту
- обробка та монтаж
- копірайтинг
- публікація
- просування та аналітика
- консультація

# *Мій підхід та цінності*

- індивідуальна стратегія для кожного бізнесу
- стильний, якісний та сучасний візуал
- акцент на унікальність бренду
- чесна комунікація
- стабільність і системність у веденні сторінок

**Я допомагаю бізнесам бути помітними,  
цікавими та ближчими до своєї аудиторії**





*Кейс*

## **SMM-стратегія для клієнта – фотостудія “KODAK”**

- **Аудит профілю:**  
перевіряю оформлення, контент, аналітику та точки росту сторінки
- **Визначення цілей:**  
формулю чіткі цілі та задачі, щоб контент працював на результат
- **Аналіз ринку, ЦА та конкурентів:**  
вивчаю нішу, потреби аудиторії та конкурентне середовище для точного позиціонування
- **Позиціонування та Tone of Voice:**  
створюю унікальний стиль бренду та прописую тон комунікації
- **Контент-план:**  
планую рубрики та контент, який просуває бренд і залучає аудиторію
- **Візуальна концепція:**  
розробляю стильний, цілісний візуал, що підкреслює індивідуальність бренду

## ЧОМУ ВАЖЛИВО СТВОРЮВАТИ SMM-СТРАТЕГІЮ?

Створення SMM-стратегії є ключовим етапом для ефективного просування бренду в соціальних мережах. Вона допомагає визначити цілі, аудиторію, конкурентів, tone of voice, формати контенту та канали комунікації. Завдяки чіткій стратегії можна оптимізувати ресурси, підвищити впізнаваність бренду, збільшити залученість аудиторії та досягти стабільних результатів у довгостроковій перспективі.

## АУДИТ ПРОФІЛЮ

першим кроком в стратегії є аналіз профілю клієнта в соціальних мережах (Instagram)



аудит профілю проводимо за наступними показниками:

- нікнейм
- аватар
- БІО (опис профілю)
- highlights (актуальні stories)
- контент в стрічці (дописи, Reels)

## АУДИТ ПРОФІЛЮ

нікнейм:

- @kodak.dolina - це поєднання бренду Kodak + географія Долина (место). Це логічно, коротка та зрозуміла структура.
- чітко видно бренд.
- вказано місце розташування
- без зайвих символів або цифр

аватар:

- Чіткий логотип – гарний вибір для бренду. Але фон темний і логотип дрібний – у маленькому колі погано читється.

Рекомендації:

- зробити світлий варіант логотипу

## АУДИТ ПРОФІЛЮ

БІО:

- немає чіткого позионування (для кого студія і чому саме вона)
- фраза «Якщо ви хочете зробити фото» – гарна, але не комерційна, не має користі клієнту
- СТА ("Запис") має бути виділений візуально або через емодзі

Рекомендації:

- ФОТОСТУДІЯ ДОЛИНА | ФОТОМАГАЗИН
- Сім'яні, дитячі, love-story альбоми
- Фото на документи, друк, оренда студії
- Долина (додати адресу студії)
- Запис за номером (додати номер телефону)

## АУДИТ ПРОФІЛЮ

highlights:

- додати highlights із ключовими моментами продажу послуги, прайс-лістинг, клієнти, відгуки, backstage, тощо
- зробити обкладинки highlights в єдиному стилі

КОНТЕНТ:

- відсутність контентної стратегії – усі в стрічці схожі між собою
- підпис до посту короткий або відсутній (не продає послугу)
- немає відео Reels
- немає текстів, які «продають» – клієнт не відчуває емоції
- немає показу процесу (як ми знімаємо, працюємо, обслуговуємо)
- немає клієнтських відгуків

## АУДИТ ПРОФІЛЮ

Висновки:

Аудит виглядає згорнуто, але речі не виконують маркетингову функцію. Основна проблема – відсутність системного контенту, який СТА і візуальна єдність. У профілі немає сильного позионування та емоційного зв'язу з аудиторією.

Рекомендації:

- оновити аватар, редагувати БІО, зробити брендвані highlights та додати дописи в стрічку, особливо відео Reels, адже саме вони є основним джерелом охоплення.

## ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ

Визначення цілей бізнесу – це основа ефективної SMM-стратегії. Чіткі цілі допомагають зрозуміти напрям розвитку, обрати правильні інструменти, вимірювати результати та зфокусуватися на головному – досягненні конкретних бізнес-результатів, а не просто веденні сторінки.

Цілі допомагають:

- сфокусуватися на головному – не просто вести сторінку, а досягати конкретних результатів: бронювань, продажів, впізнаваності
- вибудувати стратегію, які типи контенту публікувати, які інструменти просування використовувати, які метрики відстежувати
- оцінювати ефективність – коли цілі вимірювані, можна зрозуміти, що працює, а що потребує корекції і приймати рішення на основі даних, а не лише інтуїції

## ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ

Головна мета – підвищити впізнаваність студії у місті Долина та збільшити кількість бронювань фотосесій і продажів суміжних послуг.

У найближчі три місяці плануємо:

- збільшити кількість підписників до 400-600 реальних, локальних користувачів
- сформувати впізнаваний образ бренду «KODAK – місце, де фото оживають»
- активувати аудиторію через Reels, сторіз та інтерактиви
- отримувати стабільно 10-15 бронювань студії на тиждень
- продавати мінімум 3-5 подарункових сертифікатів на місяць
- зміцнити лояльність аудиторії через живий контент і демонстрацію атмосфери студії

## АНАЛІЗ РИНКУ

Огляд ринку:

- аналіз конкурентів (бід та висхідні)
- аналіз попиту та пропозиції
- оцінка рівня конкуренції та бар'єри входу
- прогнозувати розвиток ринку та тенденції

## АНАЛІЗ ЦА

Огляд цільової аудиторії:

- демографічні, соціально-психологічні, економічні характеристики
- потреби, інтереси, цінності, мотиви
- канали комунікації, джерела інформації
- сегменти цільової аудиторії

## АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ

Огляд конкурентів:

- аналіз конкурентів (сильні та слабкі сторони)
- аналіз стратегій просування та маркетингових інструментів
- аналіз цінних пропозицій, переваг та недоліків
- аналіз каналів комунікації та джерел інформації
- аналіз рівня лояльності аудиторії

## АНАЛІЗ

Аналіз ринку, цільової аудиторії та конкурентів допомагає зрозуміти середовище, в якому працює бізнес, визначити потреби клієнтів і знайти свої конкурентні переваги. Це основа для ефективної стратегії, мінімізації ризиків і досягнення реальних результатів.

## АНАЛІЗ РИНКУ

Ринок фото- та відеопослуг стабільно зростає, навіть у невеликих містах, де люди дедалі частіше інвестують у професійні фото для соцмереж, документів і сімейних подій.

У місті Долина попит зосереджений на практичних і емоційних послугах – фото на документи, сімейні та дитячі зйомки, друк і подарункові сертифікати. Конкуренція помірна, здебільшого серед невеликих фотосалонів і приватних фотографів.

KODAK Долина має перевагу завдяки впізнаваному бренду, сучасній студії та комплексному підходу (все в одному місці). Потенціал росту – у розвитку локальної впізнаваності через соціальні мережі, живий контент і просування послуг онлайн.

## АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

Аналіз основних сегментів цільової аудиторії фотостудії KODAK Долина, здійснений за демографічними, географічними, психологічними та поведінковими характеристиками. Мета – глибше розуміти потреби, мотивації та бар'єри клієнтів для формування ефективної SMM-стратегії та персоналізованого контенту.

Сегмент	Вік	Стать	Доходи	Освіта	Професія	Стиль життя	Цінності	Потреби	Мотивації	Бар'єри
Сімейні зйомки	25-45	Жінки	Середні	Середня	Вчителька, медсестра	Сім'я	Безпека, стабільність	Візитівки, документи	Збереження пам'яті	Відсутність часу
Дитячі зйомки	18-35	Жінки	Середні	Середня	Мати, вчителька	Сім'я	Безпека, стабільність	Візитівки, документи	Збереження пам'яті	Відсутність часу
Соціальні мережі	18-35	Жінки	Середні	Середня	Модель, блогер	Сім'я	Безпека, стабільність	Візитівки, документи	Збереження пам'яті	Відсутність часу


## АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ

Аналіз прямих конкурентів будемо проводити на основі сторінок Instagram, наведених нижче. До непрямих конкурентів можна віднести студії або магазини, які надають точкові послуги (фото на документи, друк, продаж фотоаварії).



## АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ

Аналіз конкурентів допомагає зрозуміти, що роблять інші компанії на ринку, які в них сильні та слабкі сторони, як вони працюють з клієнтами та просувають свої продукти. Це дає змогу знайти наші переваги, виділитися серед інших і прийняти кращі рішення для розвитку власного бізнесу.



## ПОЗИЦІОНУВАННЯ

**KODAK Долина** – це фотостудія з багаторічним досвідом роботи, яка поєднує професіоналізм команди фотографів, сучасне обладнання та теплу атмосферу. Ми створюємо не просто фото, а спогади й емоції, що залишаються надовго.

Три ключові продукти фотостудії:

- 01: професійні фото
- 02: зручна оренда студії
- 03: щирі емоції

## TONE OF VOICE

Тон комунікації бренду

**Загальний стиль:**

- теплий, широкі, дружній, професійний, але без надмірного офіціозу. Комунікація має викликати довіру, легкість і відчуття, що KODAK – це «своя» студія, куди хочеться повернутися.

**Характер бренду:**

- доброзичливий і відкритий
- надійний і впевнений у якості
- емоційний, але стримано естетичний
- людський, турботливий, з відчуттям теплоти

## TONE OF VOICE

Тон у різних типах контенту

- ДОПИСИ ПРО ЗІЙОМКИ**
  - неформальні, м'якші, з фокусом на емоції та історіях клієнтів (наприклад, про подорож, весілля, важливі моменти)
- ІНФОРМАЦІЙНІ ДОПИСИ**
  - більш професійний, але без надмірного офіціозу на дописуванні (наприклад, про нові послуги, акції)
- STORIES / REELS**
  - яскраві, емоційні, з акцентом на візуальну частину, розповідь історії (з використанням трендових звуків та ефектів)
- ВІДПОВІДІ КЛІЄНТАМ**
  - доброзичливі, емоційні, з акцентом на вдячність та підтримку (наприклад, подяки за відгуки, рекомендації)

## КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЯ

Контент-стратегія фотостудії **KODAK Долина** побудована навколо трьох основних напрямів: емоційність, користь і прозорість процесу. Наша мета – не просто показати фото, а розповісти історію бренду через живий контент, який демонструє реальну роботу студії, професіоналізм команди та щирість моментів клієнтів.

**Основні акценти стратегії:**

- живий відеоконтент і backstage
- корисний експертний контент
- емоційний контент

## КОНТЕНТ-СТРАТЕГІЯ

**Завдання контенту:**

- показати професійність і досвід команди
- підвищити довіру через реальність і відкритість
- повніти користь фотосесії для різних сегментів аудиторії
- зробити студію ближчою, "живою" та впізнаваною локально

**Основні формати контенту:**

- Reels / короткі відео: backstage, емоції, процес зйомки
- пости: поради, користь, приклади робіт, презентація послуг
- накруселі: інформаційні теми ("як підготуватись", "як обрати фотостудію")
- stories: щоденна активність, закулісся, взаємодія з аудиторією, опитування

## КОНТЕНТ-ПЛАН

№	дата	тема допису	до якої рубрики	формат (пост, реєлс, сторіз)	тема сторіз	до якої рубрики
1	05.04.2025	Свята Великодні	Розважальна рубрика	сторіз	яскраві емоції	Розважальна рубрика
2	05.05.2025	Як підготуватись до фотосесії	Інформаційна рубрика	пост	як підготуватись до фотосесії	Інформаційна рубрика
3	05.06.2025	Важливі моменти	Розважальна рубрика	сторіз	важливі моменти	Розважальна рубрика
4	07.08.2025	Backstage	До створення контенту	Reels	backstage	До створення контенту
5	07.09.2025	Розважальна	Розважальна рубрика	сторіз	розважальна	Розважальна рубрика
6	14.09.2025	Backstage	До створення контенту	Reels	backstage	До створення контенту
7	14.09.2025	Важливі моменти	Розважальна рубрика	сторіз	важливі моменти	Розважальна рубрика
8	14.09.2025	Важливі моменти	Розважальна рубрика	сторіз	важливі моменти	Розважальна рубрика
9	21.09.2025	Важливі моменти	Розважальна рубрика	сторіз	важливі моменти	Розважальна рубрика
10	21.09.2025	Важливі моменти	Розважальна рубрика	сторіз	важливі моменти	Розважальна рубрика

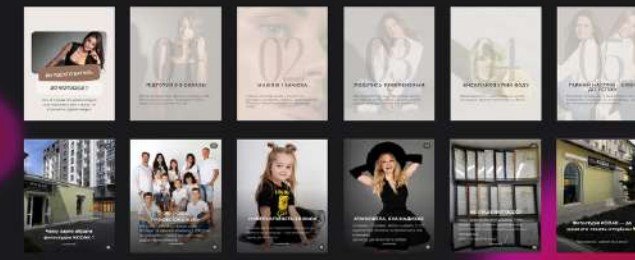
## STORIES ДЛЯ КЛІЄНТА



## STORIES ДЛЯ КЛІЄНТА



## ДОПИСИ ДЛЯ КЛІЄНТА



## REELS ДЛЯ КЛІЄНТА



## REELS ДЛЯ КЛІЄНТА



## ВІЗУАЛ КЛІЄНТА



Розроблена SMM-стратегія для KODAK Долина є якісною основою для ефективного розвитку бренду в Instagram. Вона поєднує продумане позиціонування, аналіз ринку, аудиторії, конкурентів, сучасну контент-стратегію з акцентом на відео, живі емоції та експертність команди.

Реалізація цієї стратегії дозволить фотостудії:

- підвищити впізнаваність бренду у місті Долина
- сформувати довіру та залученість аудиторії
- збільшити кількість записів на зйомки та оренду студії
- підкреслити професіоналізм і досвід команди KODAK

# Stories case

МАГАЗИН КВІТІВ



# Stories case

дизайн інтер'єру



*Рішення  
для сучасної кухні  
в 2026 році*

Кухня, яка виглядає дорого  
завдяки деталям →



*Дерево в кухні –  
це тепло, яке  
відчувається одразу*

- створює затишок і теплу атмосферу
- додає інтер'єру глибини та «дорогого» вигляду
- легко поєднується з іншими матеріалами і стилями

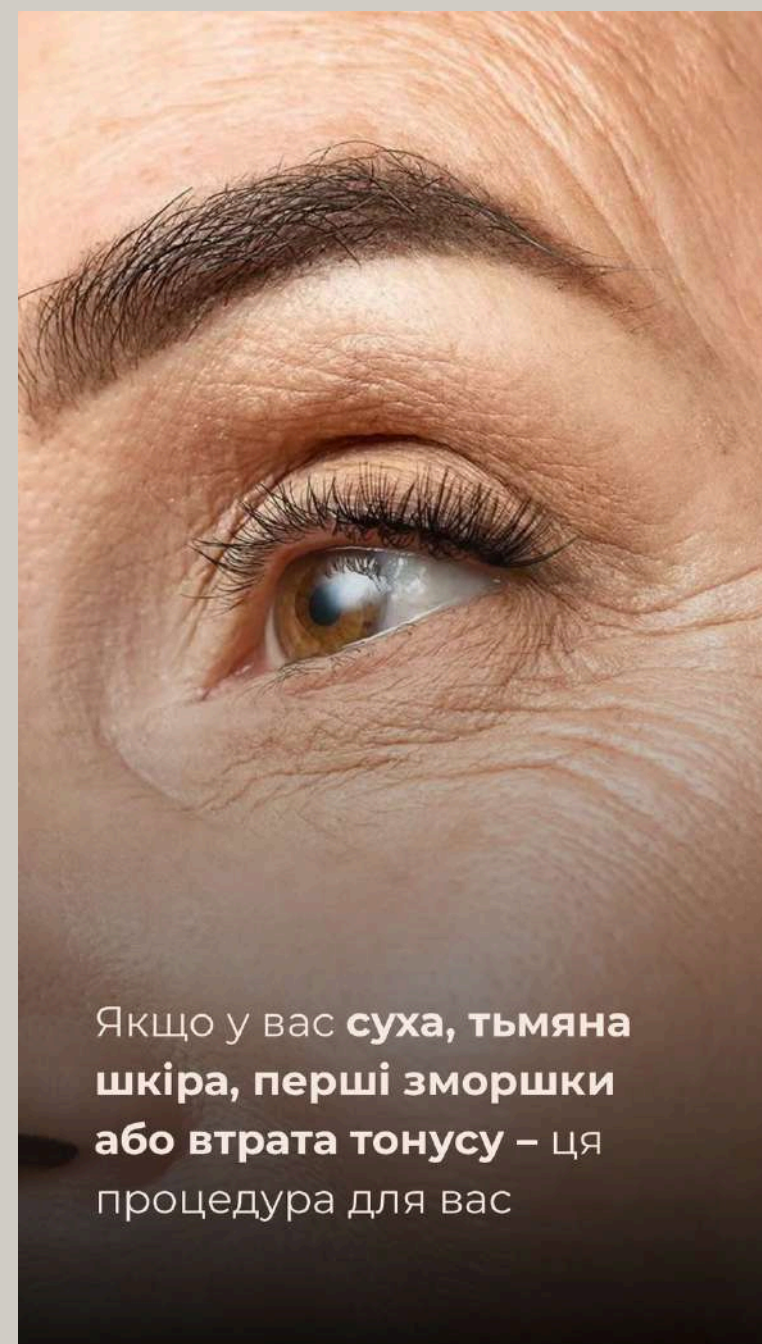
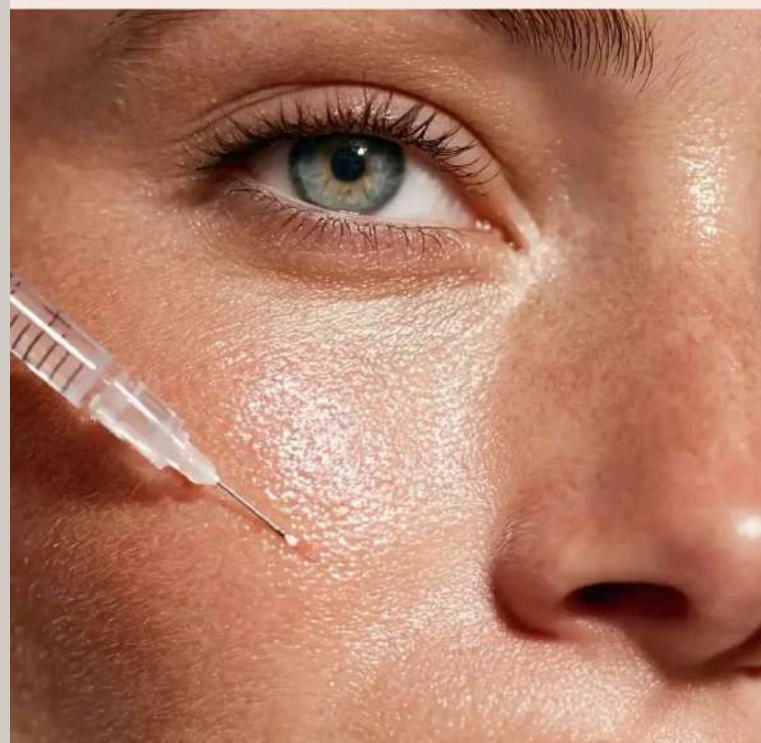
Натуральні текстури  
додають простору  
затишку й глибини

*Світле чи темне  
дерево –  
вибір настрою та стилю*

# Stories case

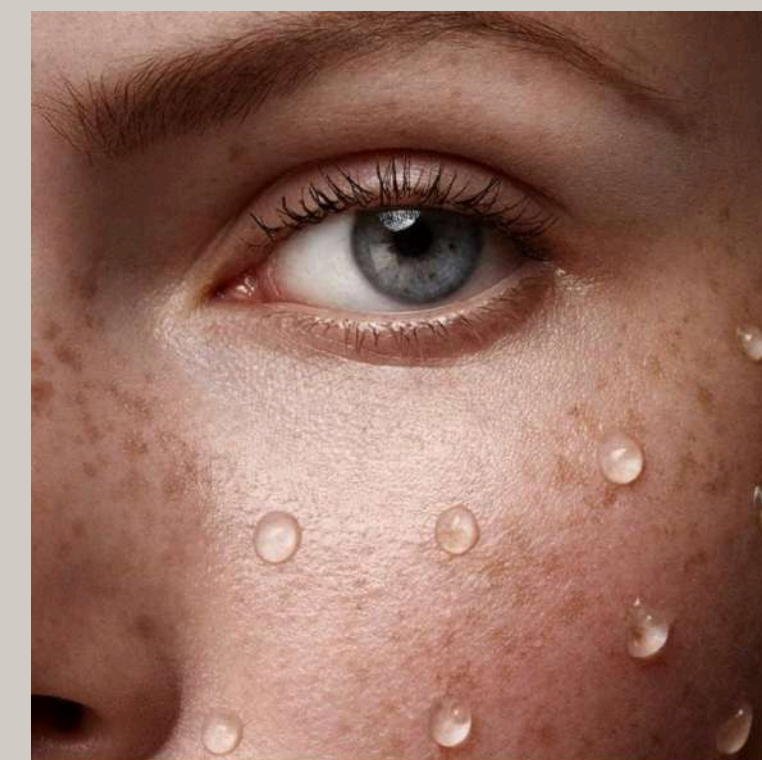
КОСМЕТОЛОГ

Кому підходить  
*біоревіталізація?*



Якщо у вас **суха, тьмяна шкіра, перші зморшки або втрата тону**су – ця процедура для вас

Ефект після  
*біоревіталізації*



Як проходить **процедура?**

- очищення шкіри
- місцева анестезія
- ін'єкції препарату

# Stories case

бровіст



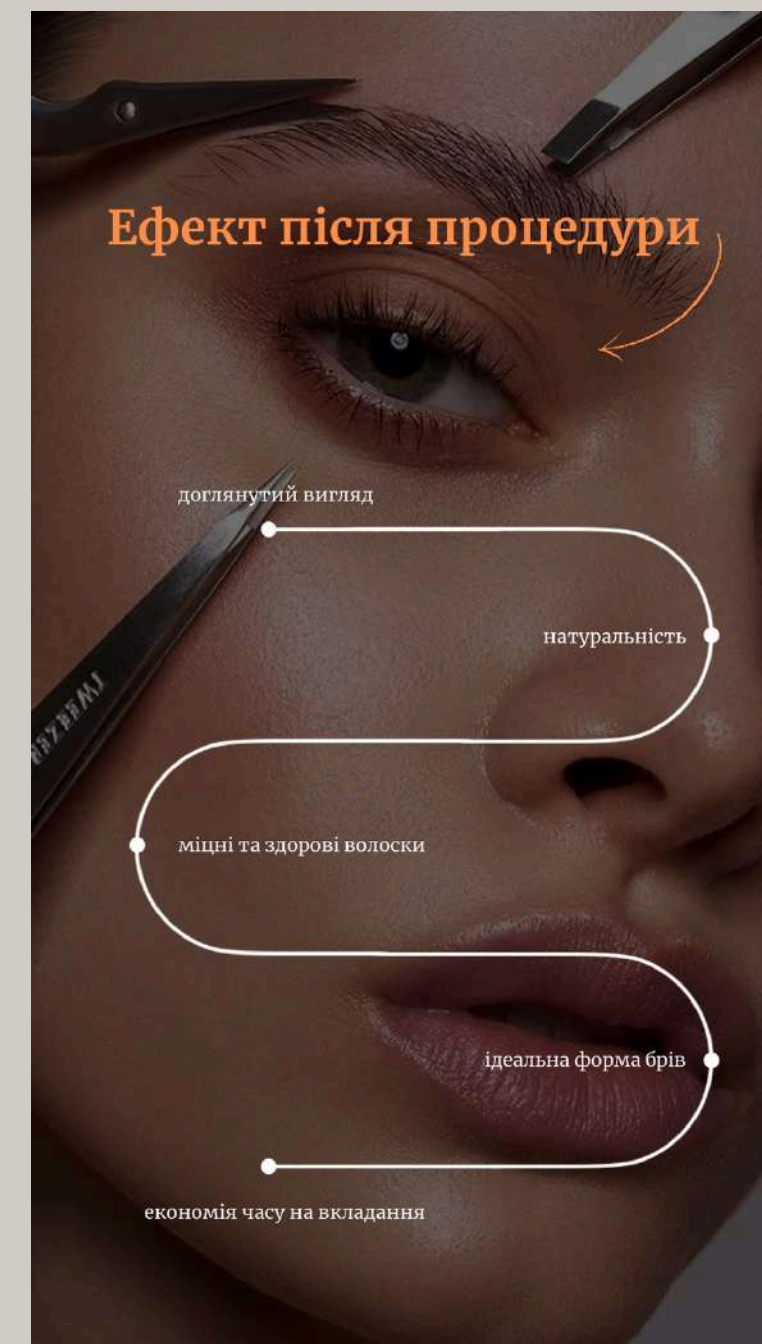
**Ламінування** – це акуратна укладка та фіксація волосків

Надає брівкам природний вигляд, об'єм і доглянутий ефект до кількох тижнів



**Якщо в тебе:**

- неслухняні брови
- волоски ростуть у різних напрямках
- хочеться більш густого та об'ємного ефекту
- йде багато часу на щоденну укладку



# Stories case

жіночий одяг



**Сукня міді**  
сатинова на  
бретелях  
колір: білий, чорний

3490 грн

**Сукня міні з органзи з відкритою спинкою**



колір: білий, бежевий

3490 грн

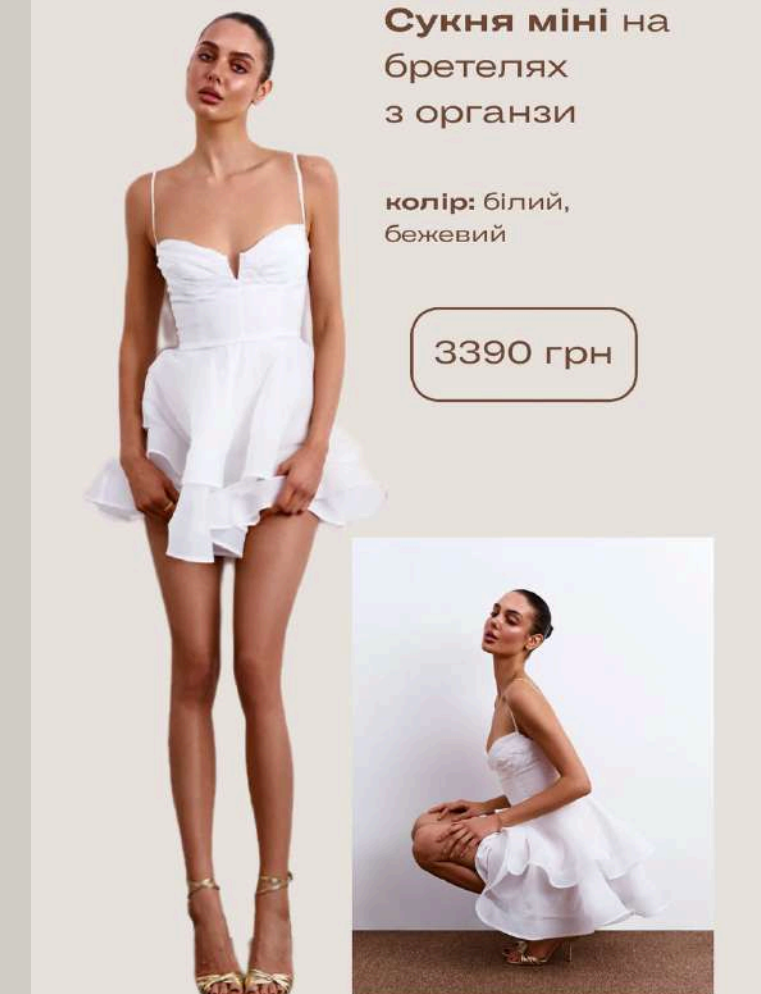


**Сукня міді з мережива зі шнурівкою**  
колір: чорний

3990 грн

**Сукня міні на бретелях з органзи**  
колір: білий, бежевий

3390 грн



# Stories case

барбершоп



Хочеш нову стрижку,  
але не знаєш, що  
зараз **актуально** ?



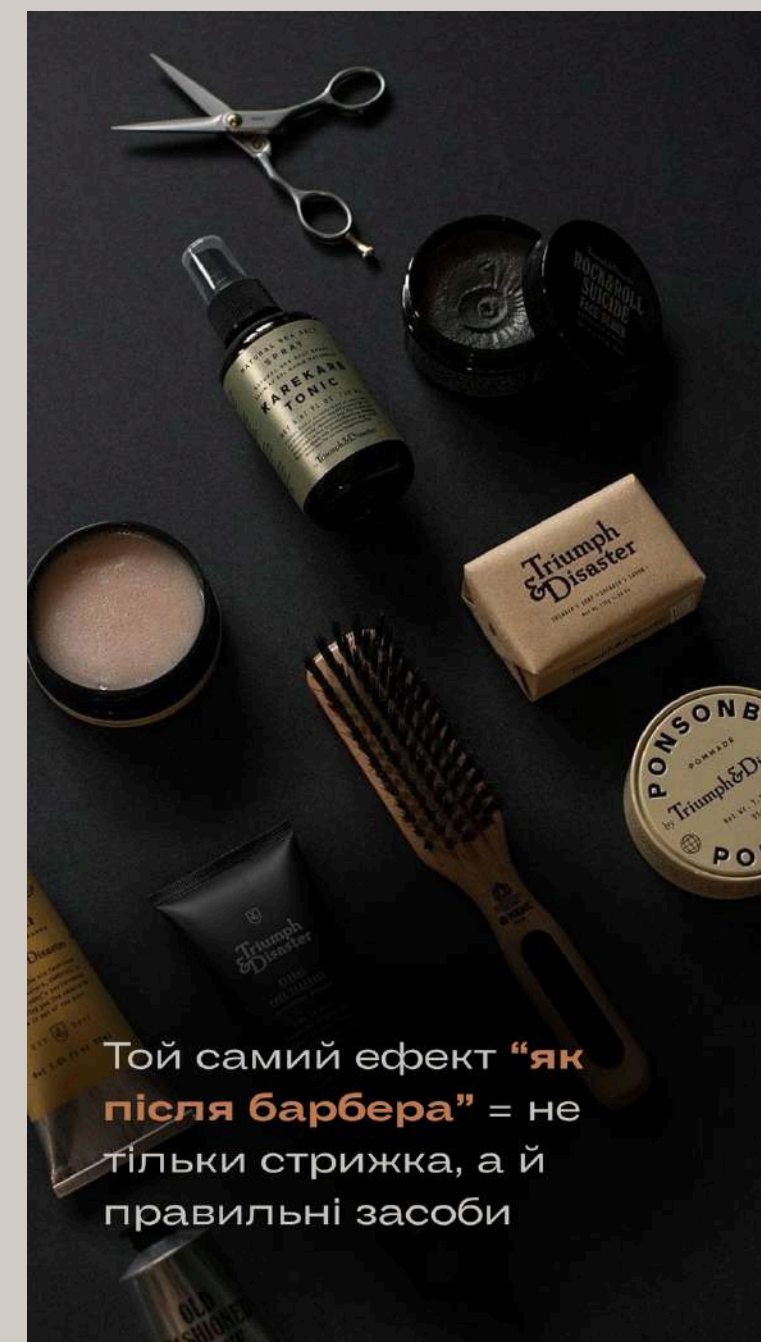
В 2026 році в топі:

- текстурні стрижки
- натуральний об'єм
- м'який fade

Найпопулярніша зараз –  
**textured crop**



підходить майже всім і не  
потрібно довго вкладати



Той самий ефект **“як  
після барбера”** = не  
тільки стрижка, а й  
правильні засоби

# Stories case

нутриціолог

нутриціолог харчування

**Ти теж з тих,**  
хто не може без  
солодкого після їжі?

→



**І ні, це не про  
силу волі**

Це про те, що тіло не доотримує  
потрібного

**90% моїх клієнтів**  
це фіксили просто  
нормальним  
**сніданком**

білки жири вуглеводи

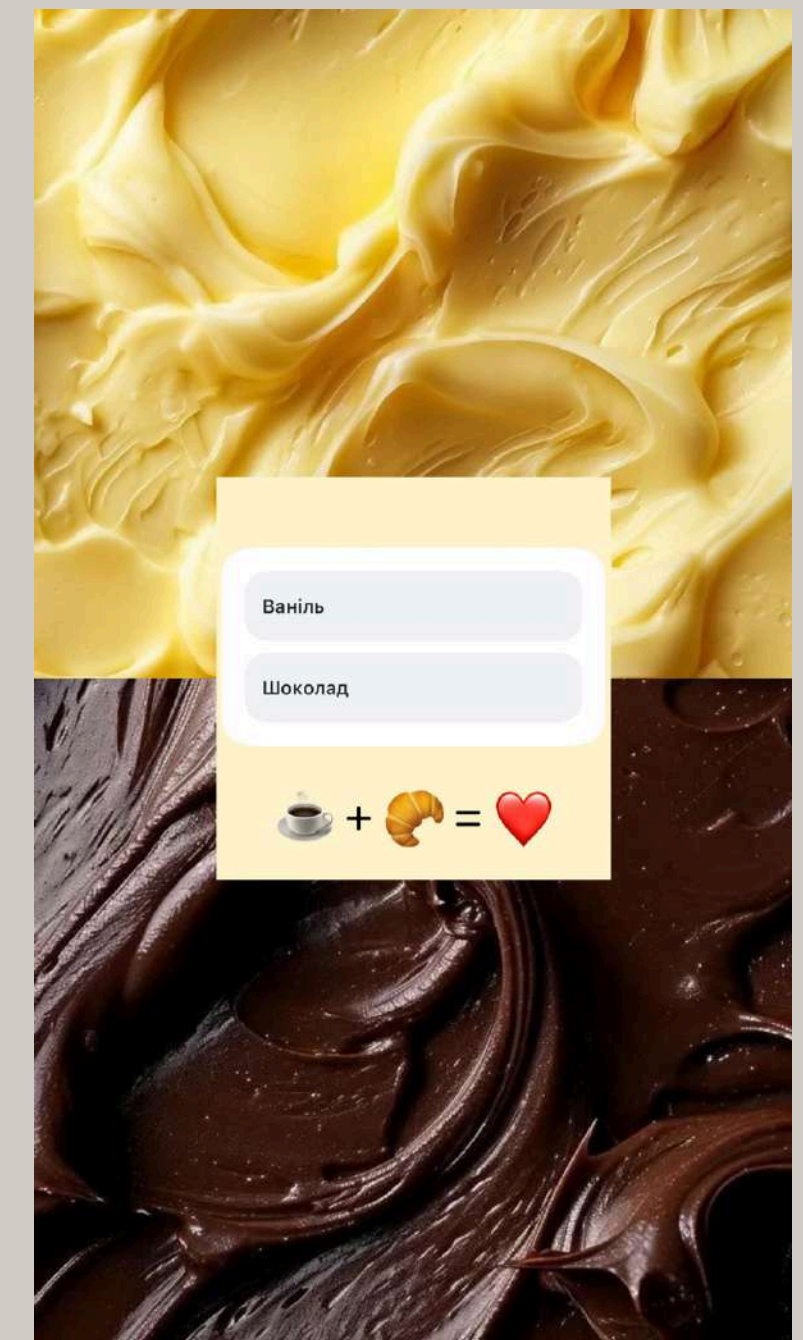
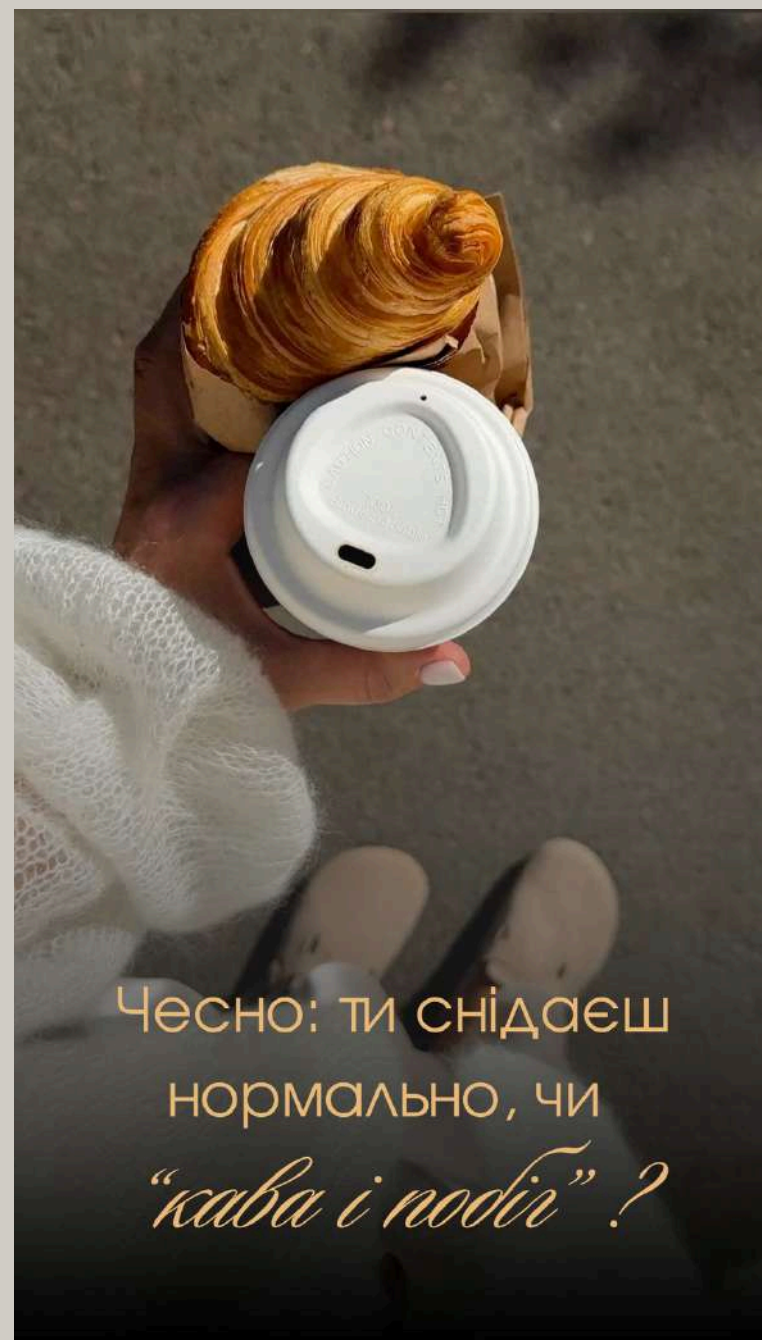
**Хочеш так само?**

Пиши **"раціон"** в direct –  
підкажу з чого почати

↓

# Stories case

кав'ярня



# Stories case

фотостудія



Фотостудія

**KODAK**

м.Долина, вул.Грушевського, 15

ПН-ПТ 09:00 – 18:00

050 172 96 69

## ПОСЛУГИ

У нашій студії ви можете замовити професійну зйомку для будь-якої події

фотосесія до 30 хв → 1000 грн

фотосесія до 1 год → 2000 грн

Усе необхідне для оформлення та збереження знімків можна придбати у нашому магазині:

- фотоальбоми
- рамки
- флешки
- батарейки

а також ми виготовляємо фото на документи



## KODAK DOLYNA ОРЕНДА ФОТОСТУДІЇ

Професійний простір для вашої зйомки

оренда до 1 год → 800 грн

для бронювання студії необхідно внести завдаток в розмірі 400 грн



# Stories case

фотостудія



**ПРАВИЛА ОРЕНДИ**

- мінімальний час оренди – 1 година
- можливе продовження часу оренди, якщо після вас студія вільна
- послуги асистента – +350 грн/год
- розгортання додаткового метра рулону фотофону – +200грн/метр
- необхідно мати з собою додаткове змінне взуття
- використання бенгальських вогнів або інших предметів, які можуть пошкодити майно, заборонено
- за пошкоджене майно оплата здійснюється за ваш рахунок
- оплата за присутність понад 4 осіб – додатково 200 грн за кожну особу

для оренди фотостудії пишiть в **direct** або телефонуйте:

**050 172 96 69**



Godox SK-400 I V



Godox DP-400 II V



Godox SL-150 II

**Студійне світло**



Під час оренди фотостудії вам доступний наш реквізит



У нас є багато одягу та аксесуарів для стильної зйомки – приходь створювати образ разом із нами!



*Буду рада співпраці*



*neliaasobkivv@gmail.com*