Практическая часть курса

15.10.2020

Задача

- Разработать рекламную кампанию в стиле шоу для молодежного интернет-издания «Пи-Пермь» (бюджет студенческой редакции)
- http://pi-perm.ru/?cat=13
- https://vk.com/piperm

Ориентир: Бумага https://paperpaper.ru/, Томский обзор, The Village, Звезда, Текст

Начнем с анализа успешных кейсов https://vk.com/@agencyilike

1.Как делали SMM университету: от разговоров с учёными до билетов на Скриптонита

2. SMM: Как продвигали самый крупный творческий студенческий фестиваль России

3. Как получили 100 тыс. просмотров и попали в СМИ: 4 шага сторителлинга в пиаре проекта

4.Пиарили вуз среди фанатов «Игры престолов». Справились на 5600 лайков

Сторителлинг по «Игре престолов»: как привлекли абитуриентов в вуз, получили 5600 лайков и провели ивент с попаданием в федеральные СМИ

Структура кампании

Концепция (коротко):

1. Образ бренда.
2. Стратегия бренда.
3. Целевая аудитория.
4. Стратегические трудности.
5. Цели и ожидаемые результаты шоу.
6. Вид шоу.

Продвижение:

7. Увеличение участников шоу (маркетинг, реклама, партнеры, группы влияния, новости для СМИ). Важно: каналы, жанры, способы взаимодействия с аудиторией.
8. Синдикация (повторение, гастроли, статичные средства
9. CRM (бонусы, сбор данных вшит в шоу).

Виды шоу

- реальные шоу : гастрольное шоу SAP, фестивали для автомобилистов, уличные шоу, трейд-шоу
- фантазийные пространства : интерактивное торговое пространство, магазин-флагман как бизнес в стиле шоу, музей бренда: "Мир Coca – Cola«, игровое пространство
- шоу, в основе которых лежат нетрадиционные средства рекламы: кино, сторителлинг в рекламе, кролики
- шоу, которые используют традиционные маркетинговые средства – молву и отзывы: уличные команды, проповедники, шоу потребителей

Задача

- Карточка проекта
- Идеи, которые могут быть использованы в продвижении Пи-Пермь

ДЗ

- Презентация проекта рекламной кампании для Пи-Пермь