

# ICO Plasmacoin

**UFOX** 

# ЦЕЛЬ

1. Провести маркетинговую и PR-кампанию для проведения ICO, а так же для привлечения фиатных средств других инвесторов.

PRE-ICO - ...

ICO - ...

# ЗАДАЧИ

- Создать сайт и другие виртуальные атрибуты проекта, чтобы с разных сторон показать преимущества инвестирования в проект
- Охватит аудитории криптовалютного сообщества и широкие массы для PR эффекта
- Транслировать в социальных сетях «жизнь» проекта, чтобы сформировать доверие инвесторов
- Создать информационную «волну» проекта в СМИ, соц сетях, мессенджерах и форумах

# АНАЛИЗ РЫНКА

A blue background with a network graphic consisting of various sized circles (nodes) connected by thin lines. The nodes are arranged in a complex, interconnected pattern, with some larger nodes and some smaller ones. The lines are thin and light blue, creating a subtle grid-like structure.

## **Общее количество сборов ICO:**

1 823 пользователей

## **Общее количество аудитории:**

1 823 пользователей

**О чем пишут:** новости школы, выпускники, кастинги, фотосессии учеников, проекты, расписание

## **Сообщение проекта:**

титулованное пространство

## **Хорошо:**

- группы ведутся в нескольких соцсетях
- красивый и качественный контент
- демонстрация учеников и выпускников
- актуальная информация про кастинги

## **Можно сделать лучше:**

- регулярность выпуска контента
- адаптировать контент под разные соц. сети и добавить полезного контента
- создать фирменное оформление
- больше писать о самой школе
- увеличить активность пользователей

## **Общее количество сборов ICO:**

1 823 пользователей

## **Общее количество аудитории:**

1 823 пользователей

**О чем пишут:** новости школы, выпускники, кастинги, фотосессии учеников, проекты, расписание

## **Сообщение проекта:**

титулованное пространство

## **Хорошо:**

- группы ведутся в нескольких соцсетях
- красивый и качественный контент
- демонстрация учеников и выпускников
- актуальная информация про кастинги

## **Можно сделать лучше:**

- регулярность выпуска контента
- адаптировать контент под разные соц. сети и добавить полезного контента
- создать фирменное оформление
- больше писать о самой школе
- увеличить активность пользователей

## **Общее количество сборов ICO:**

1 823 пользователей

## **Общее количество аудитории:**

1 823 пользователей

**О чем пишут:** новости школы, выпускники, кастинги, фотосессии учеников, проекты, расписание

## **Сообщение проекта:**

титулованное пространство

## **Хорошо:**

- группы ведутся в нескольких соцсетях
- красивый и качественный контент
- демонстрация учеников и выпускников
- актуальная информация про кастинги

## **Можно сделать лучше:**

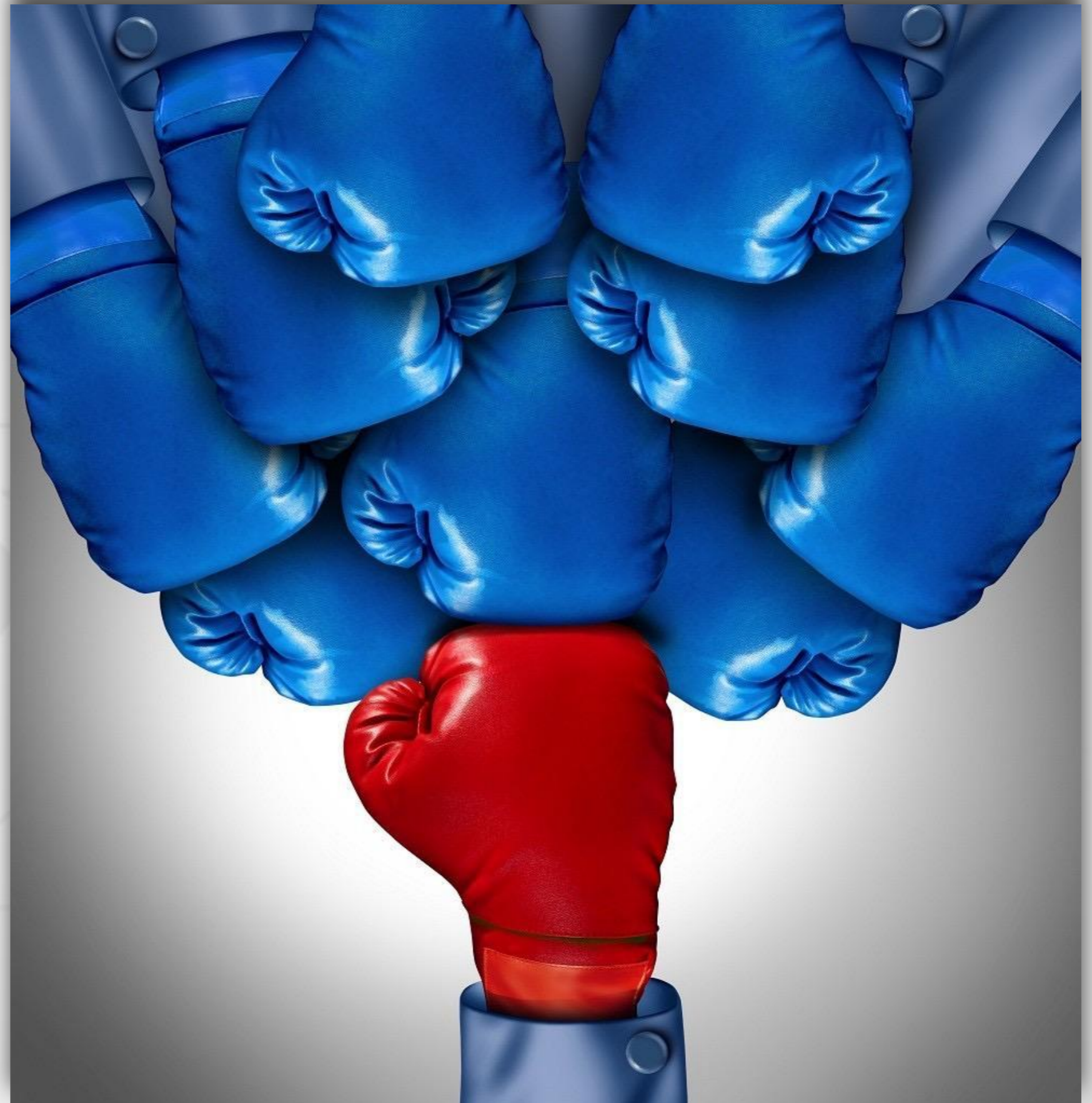
- регулярность выпуска контента
- адаптировать контент под разные соц. сети и добавить полезного контента
- создать фирменное оформление
- больше писать о самой школе
- увеличить активность пользователей



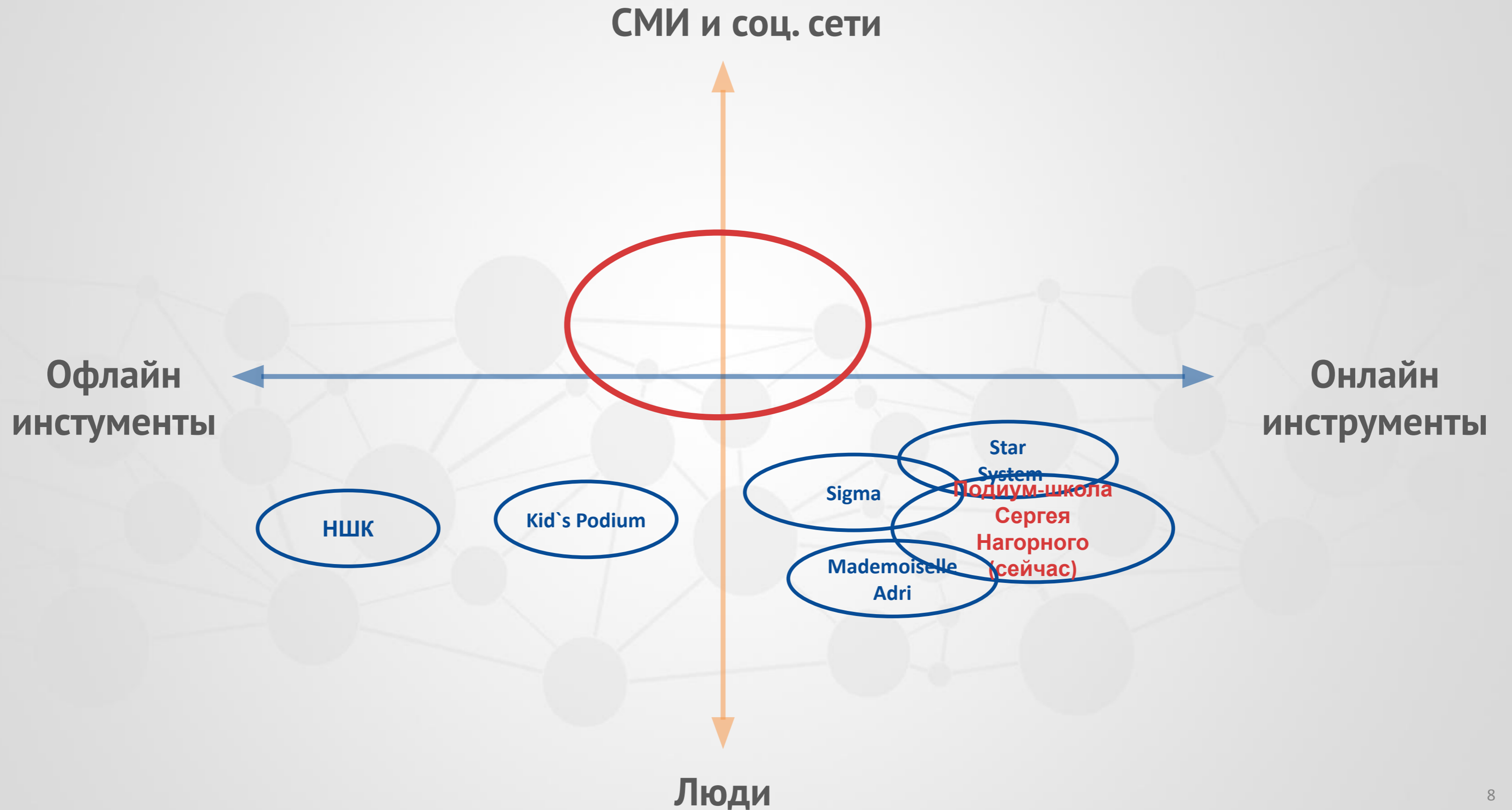
# ВЫВОД

В социальных медиа присутствует большинство белорусских модельных школ. Однако многие из них используют в соц.сетях только один, выбранный для себя, вид контента — для кого-то это площадка с портфолио, кто-то показывает внутреннюю жизнь — и не общаются с аудиторией.

Нужно выделить себе подходящую и уникальную территорию бренда и создавать контент на основе того, чем интересуется целевая аудитория, а не просто транслировать красивые фотографии



# КАРТА ПРОЕКТОВ





The background features a network diagram with various sized circles connected by thin lines, set against a solid blue background. The circles are arranged in a way that suggests a complex, interconnected system, with some larger circles acting as hubs and smaller ones as peripheral nodes.

# АНАЛИЗ АУДИТОРИИ

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Сегмент 1

Сегмент 2

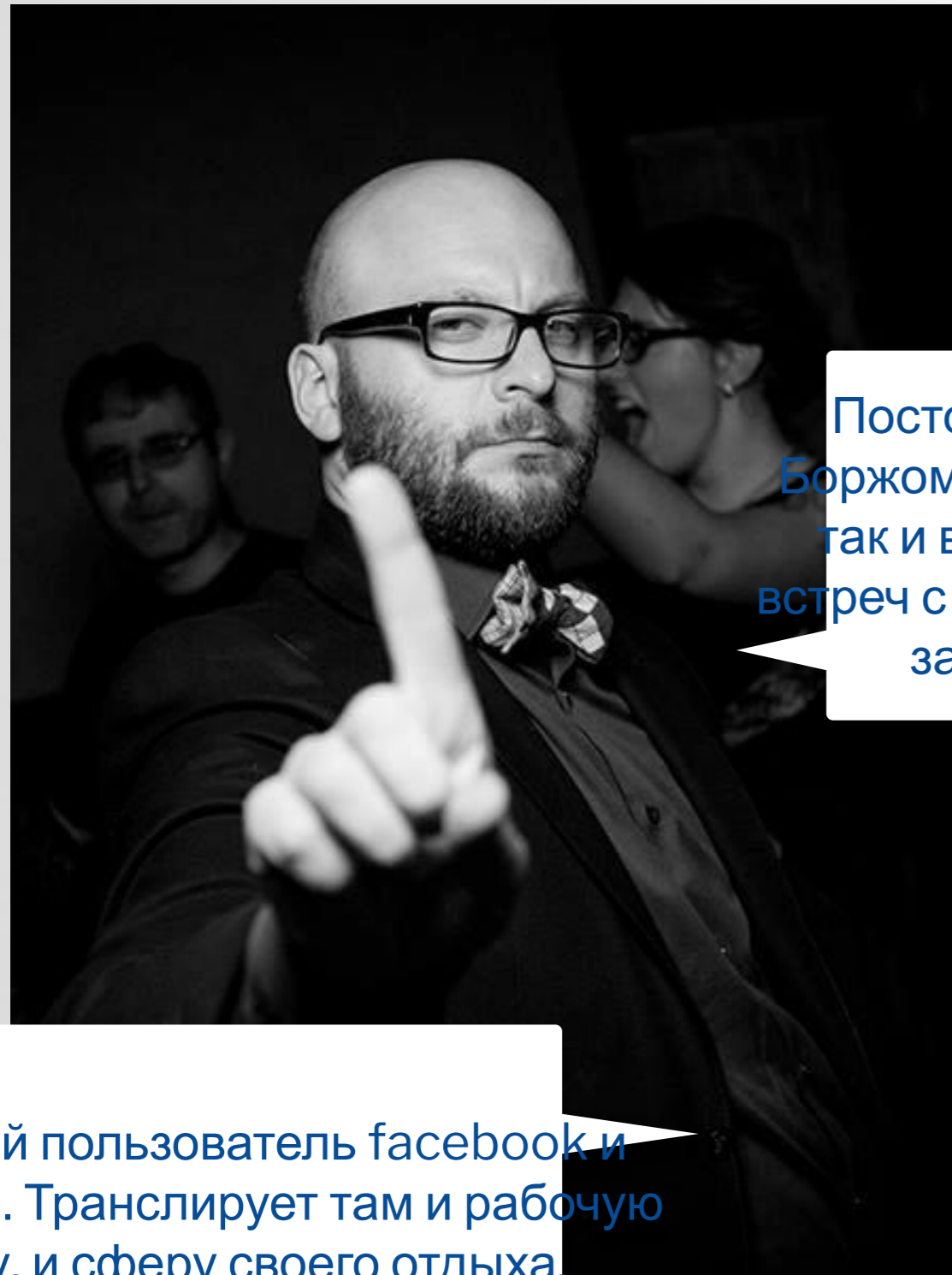
A faint, light gray network diagram is overlaid on the page. It consists of numerous circular nodes of varying sizes connected by thin lines, creating a complex web-like structure that spans the width of the page.

Криптовалютчики

Обычные люди, озабочены экологией

# БРЕНД-ЧЕМПИОНЫ

Максим, 35 год,  
директор deal.by



Постоянный потребитель Боржоми. Как во время ужина, так и во время вечеринок и встреч с друзьями. Любит её из-за приятного вкуса

Активный пользователь facebook и instagram. Транслирует там и рабочую сферу, и сферу своего отдыха.

«Facebook - это важный канал моей социальной жизни. Поэтому я провожу тут минимум 2 часа сутки»

Влад, 30 лет,  
ресторатор



«Когда покупаешь себе именно Боржоми, понимаешь, что потратил несколько рублей с пользой для себя. Но вообще делаю это нечасто»



# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

## На что смотрят

М/Ж 25-50 лет, жители самых крупных городов с доходом выше среднего

М/Ж 20-25 лет, жители самых крупных городов, специалисты и офисные работники



## Мотивация

- Наслаждение вкусом еды и напитков – усиливает их вкус, позволяет насладиться каждым кусочком пищи или глотком напитка (освежает, очищает рецепторы)
- Вместо чая/кофе во время встреч и других видов социализации
- Вместо снеков во время перекусов (0 калорий, вкусная вода)
- Вкус
- Снятие синдрома похмелья (Спонсор 1 января)

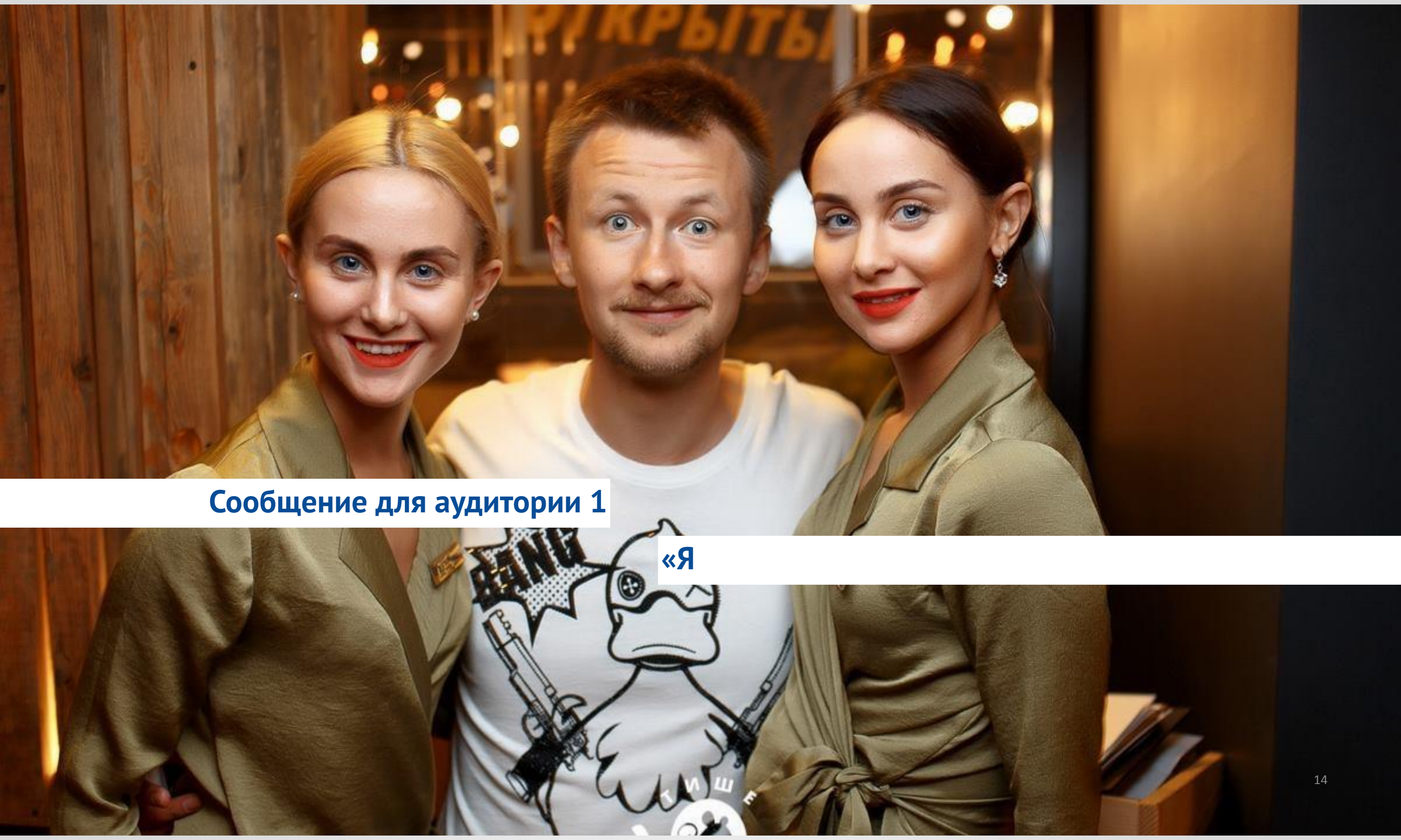
## Страхи

- До, во время и после еды в течении дня
- До, во время и после праздников, вечеринок, пикников
- Во время встреч с друзьями, партнерами, родными
- До и во время ужина (в том числе позднего)
- Утром 1 января

# ПЛОЩАДКИ ПРОЕКТА







**Сообщение для аудитории 1**

«Я





## Сообщение 2

# ПЛАТФОРМА БРЕНДА

## **Территория**

Наслаждение жизнью/Получение удовольствия с «Боржоми»

## **Коммуникационная миссия**

Жизнь состоит из множества моментов, только с «Боржоми» ты можешь насладиться каждым из них сполна/получить удовольствие от жизни

## **Коммуникационное сообщение социальных сетей**

Страница «Боржоми» для тех, кто хорошо работает и хорошо отдыхает.

The background features a network diagram with various sized circles (nodes) connected by thin lines, set against a solid blue background. The nodes are more densely packed in the corners and sparser in the center.

# ПЛАН ПРОДВИЖЕНИЯ



# ТАЙМИНГ

2017	Основная тема коммуникации	Основные рубрики	Дополнительные рубрики
Февраль	«Наслаждение жизнью с Боржоми»	Боржоми_ланч Боржоми_настоящее Боржоми_пятница Боржоми_наслаждение	Боржоми_календарь Боржоми_призма Боржоми_лови_момент Боржоми_вкусно
Март			
Апрель			
Май	«Пикники»	Боржоми_вкусно Боржоми_пикники Боржоми_календарь Боржоми_пятница	Боржоми_ланч Боржоми_призма Боржоми_лови_момент
Июнь			
Июль	«Наслаждение работой и отдыхом - наслаждение жизнью»	Боржоми_ланч Боржоми_настоящее Боржоми_пятница Боржоми_наслаждение Боржоми_смотри	Боржоми_календарь Боржоми_призма Боржоми_лови_момент Боржоми_вкусно
Август			
Сентябрь	«Наслаждение жизнью с Боржоми»		
Октябрь			
Ноябрь	«Наслаждение работой и отдыхом - наслаждение жизнью»		
Декабрь			
Январь	«Спонсор 1 января»	Боржоми_вкусно Боржоми_пятница Боржоми_настоящее Боржоми_2018	Боржоми_призма Боржоми_лови_момент Боржоми_календарь



# САЙТ

## OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

## PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

## EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

# ПРИМЕРЫ САЙТОВ



# РАБОТА СО СММИ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

## Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

# РАБОТА С СОЦ. СЕТЯМИ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

## Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

# РАБОТА С ФОРУМАМИ И ДР.

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

## Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*



# РАБОТА С МЕССЕНДЖЕРАМИ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

# РАБОТА С ЛИДЕРАМИ МНЕНИЙ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

## Рубрики:

Боржоми\_ланч  
Боржоми\_настоящее  
Боржоми\_пятница  
Боржоми\_наслаждение  
Боржоми\_календарь  
Боржоми\_призма  
Боржоми\_лови\_момент  
Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

# РАБОТА С ADVISOR

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

# РАБОТА С ADVISOR

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*



# РАБОТА С АУДИТОРИЕЙ

Площадка, которая вместе с брендом транслирует призыв наслаждаться жизнью. Причем не только отдыхом, но и своей работой. Поэтому мы расширяем территорию бренда и делаем акцент на бизнес-ланчи во время сезонной кампании.

30 публикаций в месяц, 4 интерактива, 3 статьи, 2 live-трансляции, 1 конкурс, пользовательский контент и др.

Рубрики:

Боржоми\_ланч

Боржоми\_настоящее

Боржоми\_пятница

Боржоми\_наслаждение

Боржоми\_календарь

Боржоми\_призма

Боржоми\_лови\_момент

Боржоми\_по...

*\* Пример контент-плана на месяц в прикрепленном документе*

# ЭКОНОМИКА

## ЛАБОРАТОРИЯ НЕВИДИМЫХ МОДЕЛЕЙ

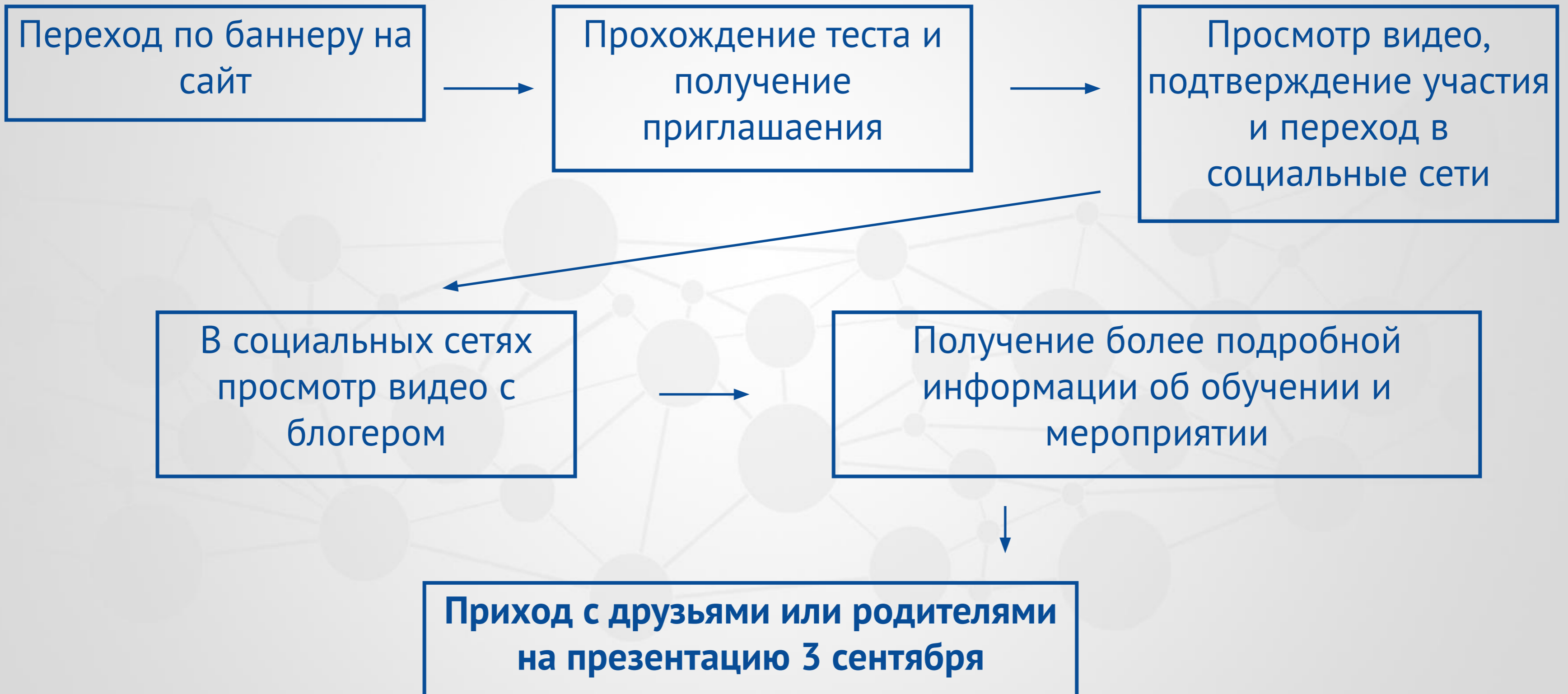
Это проект, в котором NAGORNY Podium School помогает разглядеть модель в каждом мальчике или девочке. Показывает, что сейчас можно быть красивым и популярным с ЛЮБЫМИ параметрами, нужно лишь немного поработать над собой. Подиум-школа как раз для этого подходит.



Для парней и девушек

Для мам

# СРЕДСТВА и распределение



# PRE ICO

## OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

## PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

## EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ



## OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

## PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

## EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

# POST-ICO

## OWNED

Сайт Подиум-школы с дополнительными страницами, группы Вконтакте, Instagram, Одноклассники, Facebook и YouTube

## PAID

Таргетированная и баннерная реклама в соц.сетях, реклама в популярных сообществах, видеореклама, реклама у блогеров

## EARNED

Репосты результатов тестов себе на стену, репосты видео с мастер-классами, публикации в СМИ

# ПОДДЕРЖКА ПРОЕКТА

Для оперативного сбора заявок от родителей нужно подключить работу консультанта, который будет компетентно отвечать на вопросы и приглашать на презентацию.

Это позволит повысить лояльность взрослой аудитории через индивидуальный подход и повысить конверсию прихода на презентацию.



# ВИДЕО

## Вконтакте

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных сообществах
- Видеотрансляции подготовки
- Брендирование рубрик в других сообществах

## Одноклассники

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных сообществах
- Видеотрансляции
- Размещение в рекомендованных сообществах\*

## Instagram

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных аккаунтах
- Конкурсы, видеотрансляции и сториз

## Facebook

- Таргетированная реклама (промопосты, тизеры и др.)
- Реклама в популярных сообществах



# РЕЗУЛЬТАТЫ



**Медиаохват более 2 500 000 пользователей**



**Более 1000 заявок на посещение мероприятия, 500-600 посетителей презентации**



**Повышение узнаваемости среди молодой аудитории и повышение лояльности среди взрослой**

# ПОЧЕМУ ЭТО СРАБОТАЕТ?



2. В среде, где активна наша аудитория и на языке, который она понимает

1. Яркое и в тренде

3. Решает задачи бренда

# ПОЧЕМУ UFOX

Желание понимать бизнес клиента, готовность развивать процессы в команде под его задачи и особое внимание к качеству – три кита успешного проекта.



## Выгодно

Мы - единственная компания в Беларуси, которая имеет **свои рекламные площадки в социальных медиа**.

Наши решения по привлечению аудитории в среднем на 30% дешевле, чем у конкурентов.



## Качественно

Мы поддерживаем высокий уровень нашего сервиса.

Со всеми клиентами мы готовы подписать **соглашение (SLA)**, в котором закреплены стандарты сервиса предоставляемых услуг.



## Результативно

Мы ориентированы на достижение **конкретных результатов**.

Все показатели согласовываются и фиксируются в договоре, и наши клиенты получают 99% гарантию результата.



# МЫ ДЕЛАЛИ ЭТО УЖЕ!



#BIGSMMDAY



# ДАВАЙТЕ РАБОТАТЬ

**Приезжайте:** Минск, ул. Короля 9, офис. 21

**Звоните:** +375 17 209 08 11, +375 44 7000 833

**Пишите:** [info@ufox.by](mailto:info@ufox.by)

**Заходите:** [www.ufox.by](http://www.ufox.by)

С уважением,  
команда UFOX