



# НА ЧТО НАДО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ?

- Мы делаем проект для продвижения стартапа. Необходимо сделать акцент на коммуникации с потребителями, клиентами и другими ЦА(например, СМИ). Как вы хотите привлечь их?
- Оригинальный контент и мероприятия. Вашим клиентам должно быть интересно участвовать в акциях, конкурсах, мероприятиях, читать ваш сайт.
- Бюджет должен быть адекватным, чтобы сразу понять, сколько вы потратите на коммуникационную компанию.

# ЭТАП 1: ИССЛЕДОВАНИЕ

Делал ли кто-нибудь что-то похожее?

Окупались ли похожие проекты?

Кто интересовался проектом?

Что делалось для того, чтобы о проекте узнали?

Какие каналы использовались для донесения основного сообщения?

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

1. Кто может купить ваш проект?

Обратить внимание на их:

- Образование      - Пол
- Потребности      - Возраст
- Интересы      - То, что они хотят приобрести

2. Чем можно их заинтересовать?

3. Где можно найти вашу целевую аудиторию? (места, мероприятия, СМИ и т.д.)

4. Что может привлечь их внимание?

# ЭТАП 2: ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧЕЙ

В чем проблема вашего проекта?

Пример:

- Недостаток информации для потенциального потребителя
- Незаинтересованность инвесторов в спонсировании проекта

Цель – чего мы хотим достичь?

Пример:

Привлечь 4 инвесторов

Проинформировать 150 потенциальных потребителей

Увеличить предзаказ товара/услуги на 50%

# ЗАДАЧИ

Формируются исходя из цели. Что мы должны сделать, чтобы достичь нашей цели?

Пример:

- Опубликовать материалы в СМИ для информирования потенциальных потребителей
- Найти команду для реализации проекта
- Увеличить количество предзаказов

# ЭТАП 3: ОПРЕДЕЛЯЕМ ГЕОГРАФИЮ, СРОКИ, БЮДЖЕТ

География:

Где будет проходить коммуникационная кампания?

(Страны, города)

Сроки:

Конкретные даты проведения коммуникационной кампании,  
её отдельных этапов

Бюджет:

Сколько необходимо затратить для проведения кампании? Почему именно столько?

# ЭТАП 4: ФОРМУЛИРОВКА МЕССЕНДЖА И ВЫБОР КОММУНИКАЦИОННЫХ КАНАЛОВ

Мессендж – основная мысль, которую мы хотим донести до нашей ЦА.

Коммуникационные каналы:

- Интернет/ СМИ
- Социальные сети
- Видео и фотохостинги
- Наружная реклама
- Личные контакты
- Другое.



# ЭТАП 5: КОММУНИКАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ

Что мы можем сделать?

Ивенты

Презентации

Флеш-мобы

Акция в соц. сетях

Мастер-классы

Экскурсии

Создание оригинального контента

И многое другое!

# ЭТАП 6: ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Чего мы можем достигнуть? Должны вытекать из поставленных задач, быть конкретным и измеримыми.

Пример:

- Увеличить количество предзаказов на 45%
- Найти 4 инвесторов
- Получить 2000\$ на разработку

# ЭТАП 7: ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Сделайте хорошую презентацию.

Как? Можно узнать из книги Дэна Роэма «Говори и показывай».

Главное:

- Сделать текст читаемым (контрастные фон и текст, изображения)
- Не переборщить со смешными картинками
- Следить за логичностью изложения проекта на слайдах. Оптимальное количество информации
- Прописать и выучить текст презентации заранее
- Не дублировать то, что написано на слайде, лучше расскажите слушателям дополнительную необходимую информацию, на слайде можно изобразить схематически
- Будьте уверены в себе! Вы молодцы!

# ВАЖНО!

- Презентация не должна занимать более 5 минут!
- Будьте готовы к дополнительным вопросам!
- Не бойтесь связываться с куратором секции:

Таисия

+375(29)7207552

<https://vk.com/villyams>

[tosyagoncharuk@gmail.com](mailto:tosyagoncharuk@gmail.com)

- Высылайте свои работы заранее, это позволит поработать с куратором секции, от которой можно получить полезные советы!

**GREAT JOB!**

**[PRKVETKA.BSU.BY](http://PRKVETKA.BSU.BY)**  
**[VK.COM/PRKVETKA](http://VK.COM/PRKVETKA)**