

# Интегрированные маркетинг коммуникации

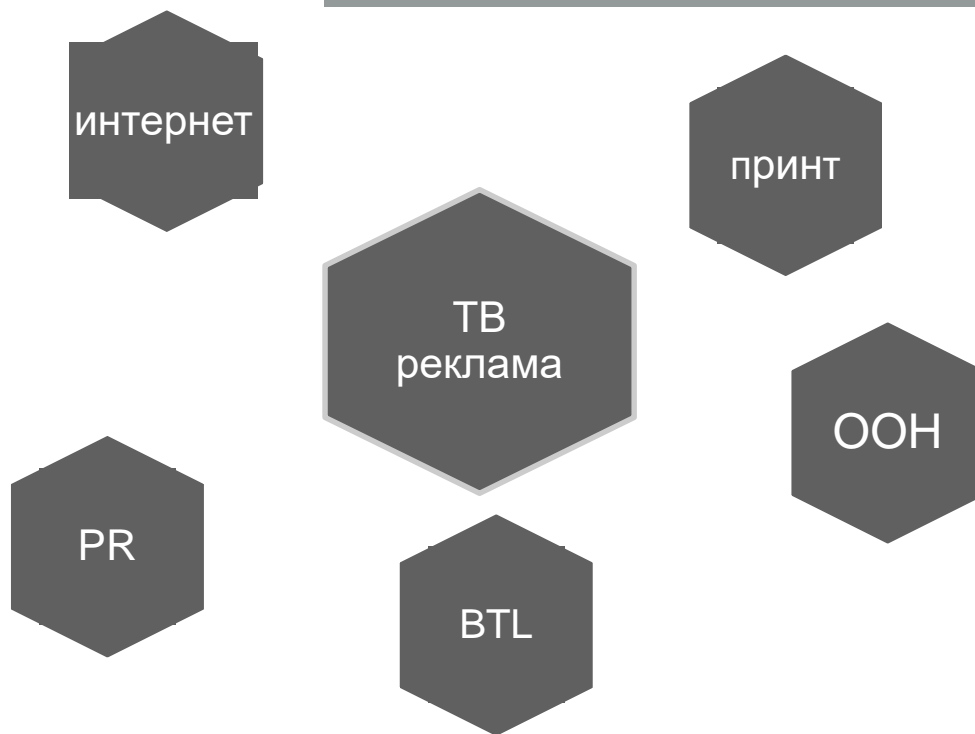
ЕКАТЕРИНА ХАРИТОНОВА

# Как повысить эффективность активностей

Следовать за новыми  
реалиями жизни  
потребителей

# Что больше не работает?

## Маркетинг кампания 360



# Что работает

Гибкость сообщения, канала  
коммуникации, контент плана

# Чем хочется поделиться

Эффективным алгоритмом  
построения маркетинг плана,  
исходя из новых реалий рынка

# Преимущества подхода

- Возможность более качественно решить запросы целевой аудитории, представить качественный контент
- Новый стиль мышления у медиа партнеров, заточенных на медиа баинг
- Возможность совместного создания плана активностей с партнерами и другими отделами

# Шаг №1: основы

Маркетинг стратегия

Бренд

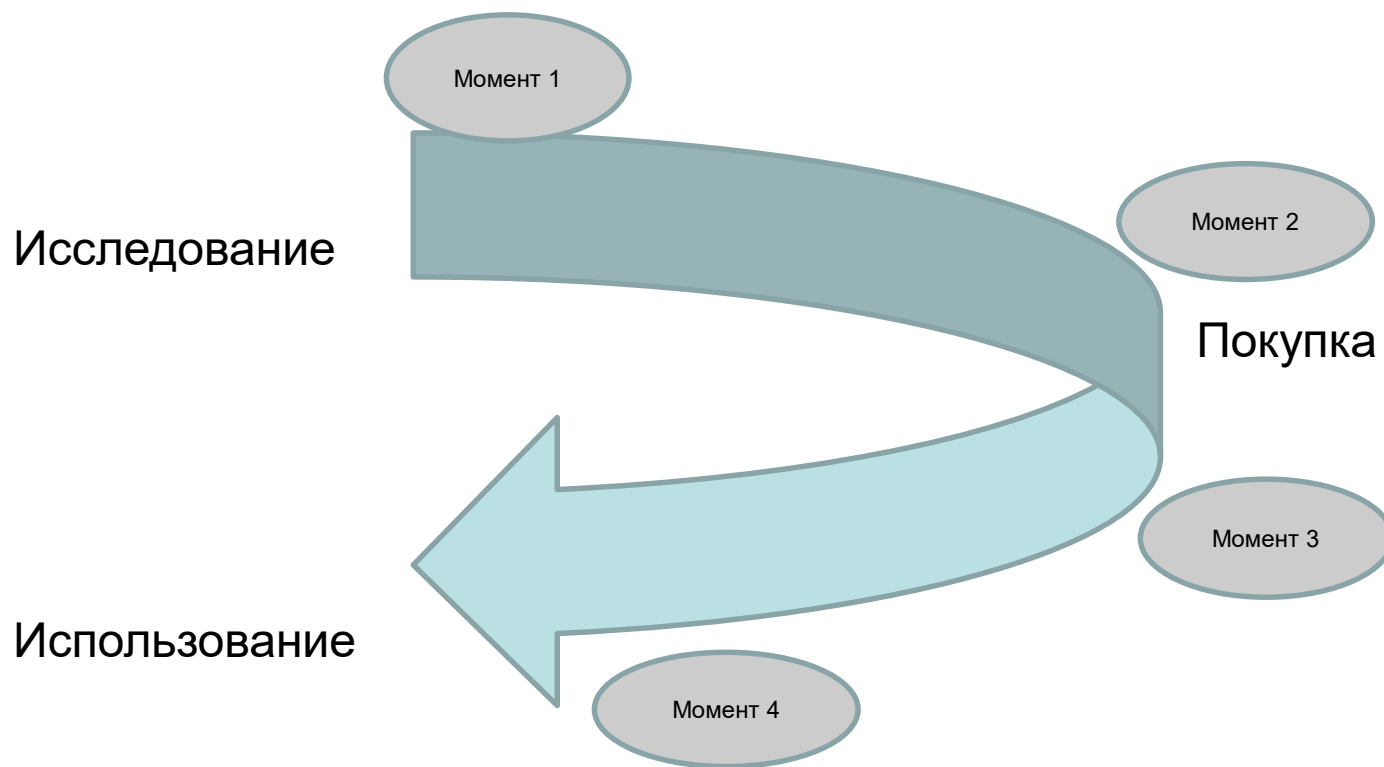
Креативная идея

# Шаг №2: ключевые моменты

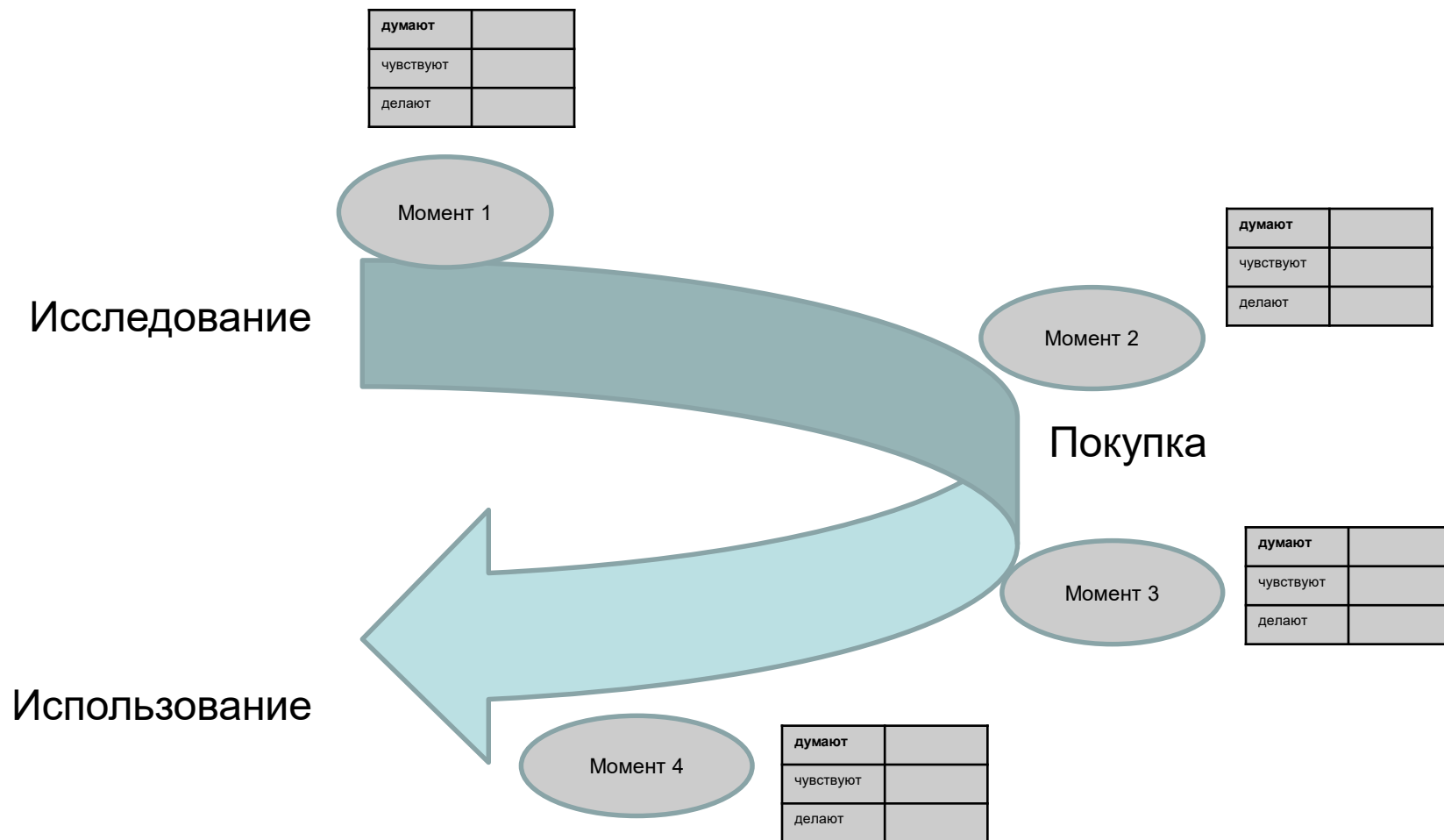
В какие моменты жизни потребителя коммуникация о нашем продукте будет наиболее актуальна?



# Шаг №2: ключевые моменты



# Шаг №3: изучаем потребителя



# Шаг №4: выбор каналов коммуникации

	Сейчас	Хотим чтобы	Задача коммуникации	Как донести информацию: каналы коммуникации, агенты влияния
Момент 1	Думают Чувствуют Делают	Думали Чувствовали Делали		
Момент 2	Думают Чувствуют Делают	Думали Чувствовали Делали		
Момент 3	Думают Чувствуют Делают	Думали Чувствовали Делали		

# Шаг №5: контент план

	Контент
Момент 1	Hero HUB Hygiene
Момент 2	Hero HUB Hygiene
Момент 3	Hero HUB Hygiene



### Hygiene

Always-on “pull” content designed for your core target



### Hub

Regularly scheduled “push” content designed for your prime prospect



### Hero

Large-scale tent-pole events or “go big” moments designed for broad awareness



# СПАСИБО

Facebook: ekharitonova1  
eyan@yandex.ru