



+205%
к вырyчке

для сети
офлайн-магазинов
Xiaomi





О клиенте

франчайзи крупного бренда техники и электроники;

сеть офлайн-магазинов представлена в шести городах:
Вологде, Череповце, Чебоксарах, Кирове, Чайковском
и Ярославле.



chizhov.io



008
ИЗБОР



Задачи

До нас соцсети выполняли чисто имиджевую функцию. Партнера заинтересовали наши компетенции в выстраивании стратегий увеличения продаж и привлечения людей в физические магазины.



У партнера уже был аккаунт во «ВКонтакте», но системной работы по нему не велось. Основной задачей для нас стало — выстроить стратегию и в максимально короткие сроки показать первые результаты.



chizhov.io

Целевая аудитория

Покупатели техники Xiaomi
в регионах присутствия
франчайзи бренда

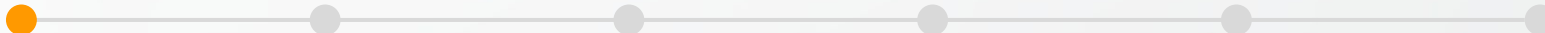




1 этап: аудит ситуации на проекте

Выявили несколько проблем, которые предстояло решить:

- не велась работа с теплыми аудиториями в рекламе,
- контент-маркетинг выполнял только функцию витрины, работы над удержанием аудитории и повышением
- спроса не велось,
- не велась системная работа с рассылкой





2 этап: разработка новой стратегии

Главное:

- сегментация аудитории на основе метода JBTD,
- создание продающей воронки,
- создание коммуникационной стратегии,
- разработка дизайна сообществ,
- создание матрицы контента и контент-плана

Характеристики Tone of voice

Характеристики тона голоса являются базисом для разработки стратегии, что имеет огромное значение для создания эффективной коммуникационной стратегии. Они определяют, как вы будете общаться с аудиторией, и являются основой для разработки стратегии.

Эмоциональный	Нейтральный	Серьезный
Официальный	Нейтральный	Дружелюбный
Терминологический	Нейтральный	Простой
Современный	Нейтральный	Традиционный
Провокационный	Нейтральный	Сдержанный

Публикации на формирование желания заплатить

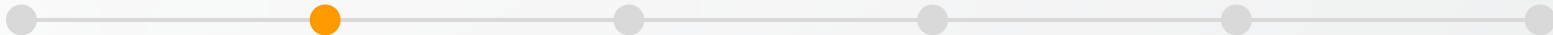
Сегмент 3. Офлайн-покупатели: хочу перед покупкой увидеть товар вживую

Описание аудитории

Эта аудитория имеет определенные характеристики, которые определяют ее поведение и потребности. Они являются основой для разработки стратегии и создания эффективной коммуникационной стратегии.

Агенты в предложении

- Высокая стоимость товара
- Необходимость в качественной информации
- Высокая конкуренция на рынке
- Наличие уникальных преимуществ





3 этап: тестирование стратегии

Поскольку результат нужен был быстро, мы сократили время на подготовку и запустили проект за три недели по авторскому фреймворку SLOSMU.

Суть в том, что мы выдвигаем гипотезы на основе опыта в подобных проектах и понимания аудитории соцсетей, а потом в течение тестового месяца проверяем результаты.

По медиаплану можно заранее посчитать, работает стратегия или нет и выйдет ли она на окупаемость.






4 этап: упор на мессенджер-маркетинг

Основой стратегии стал мессенджер-маркетинг.

Мы привлекаем пользователей в рассылку при помощи выгодного предложения: 500 или 1000 баллов на карту лояльности. Позднее их можно обменять на ссылку при покупке.


С помощью контента создаем спрос на товары и удерживаем аудиторию полезным контентом, а также мотивируем покупать.

 Xiaomi | Официальные магазины ✓
Рекламная запись


Ловите свои 1000 бонусных рублей.

Рассказываем, как ими пользоваться:

1 бонус = 1 руб
Показать полностью...

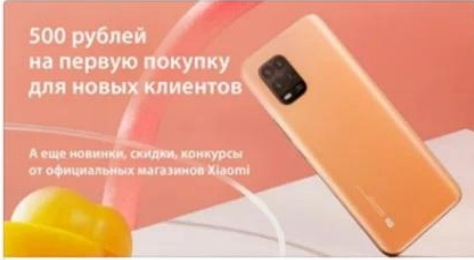


Дарим 1 000 бонусов на новые покупки
Получите бонусы перейдя по ссылке

 Xiaomi | Официальные магазины ✓
Рекламная запись

Вступайте в Mi банду и получайте 500 рублей.

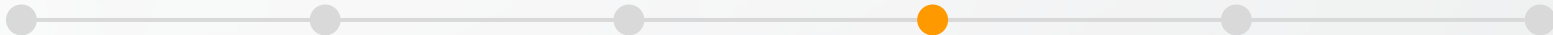
Их можно потратить на новые покупки в наших магазинах. Если вы что-то купите, то самое время воспользоваться нашим подарком. Показать кнопку:



500 рублей на первую покупку для новых клиентов

А еще новинки, скидки, конкурсы от официальных магазинов Xiaomi

Получить 500Р
Мини-приложение





5 этап: дожим горячей аудитории


Заинтересованную аудиторию дожимали при помощи таргетированной рекламы. Факт интереса определяли по различным для разных сегментов маркерам.

Это могут быть взаимодействия с рекламой, подписка на сообщество и рассылку, нахождение недалеко от магазина по гео.


mi Xiaomi | Официальные магазины ✓
Рекламная запись

Вы выбрали товар и не знаете, что делать дальше?

Просто напишите в сообщения сообщества.
Показать полностью...



Телевизор Xiaomi Mi LED ...
33 990 Р 27 990 Р
Купить



Смартфон Xiaomi 12 Lite 8
40 990 Р 38 990 Р
Купить


mi Xiaomi | Официальные магазины ✓
Рекламная запись

Ходите в спортзал?

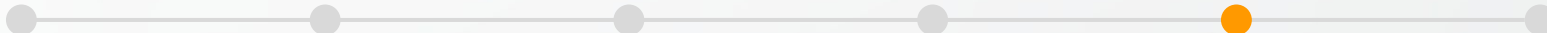
Легкие и стильные smart-часы Xiaomi Redmi Watch 2 – надежный напарник в спорте.

- Встроенный GPS для записи и отслеживания маршрутов
- Более 100 режимов тренировок
- Водонепроницаемые
- Держат заряд до 10 дней без подзарядки
- Подсчет калорий во время занятий

Получите индивидуальную скидку по промокоду "мишоп". Пишите нам в сообщения сообщества, чтобы начать следить за своим прогрессом уже сегодня <https://vk.me/...>



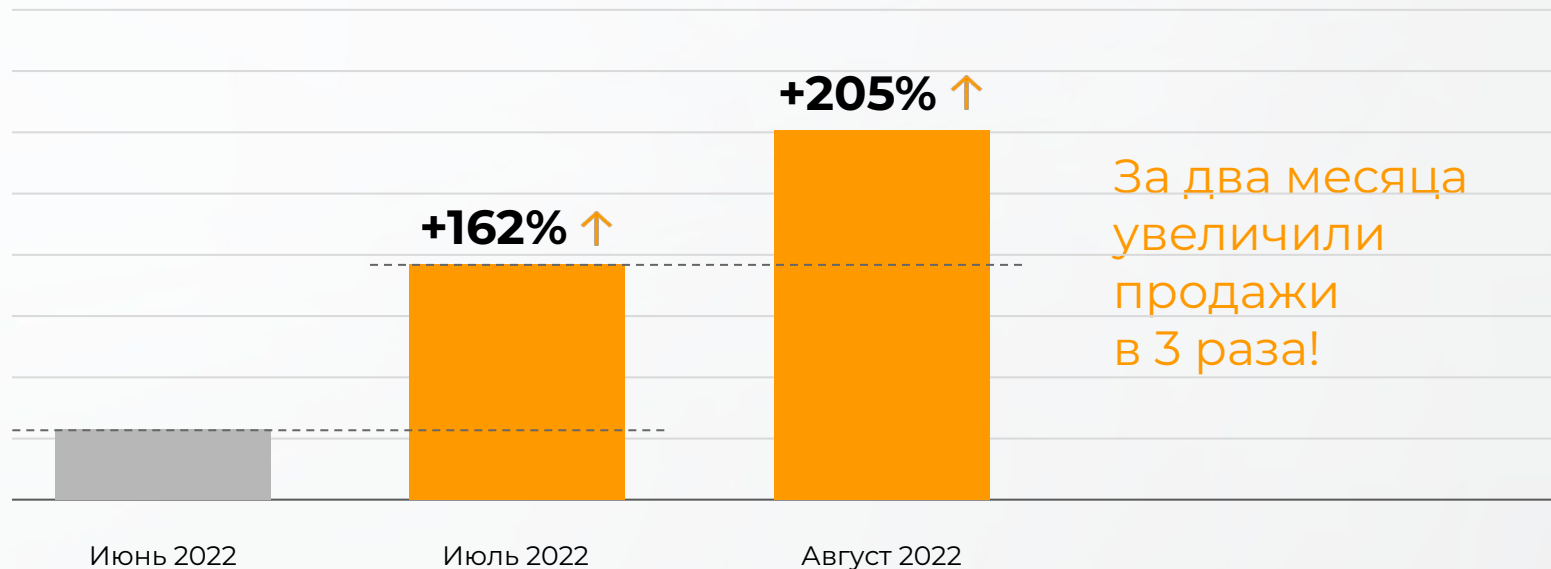
Redmi Watch 2
- встроенный GPS
- количество видов спорта
- водонепроницаемые
- заряд до 10 дней



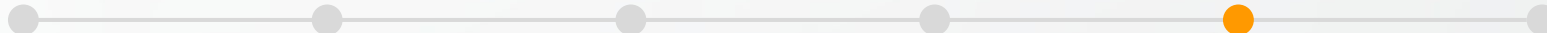


Увеличение продаж из “Вконтакте”

chizhov.io



За два месяца
увеличили
продажи
в 3 раза!



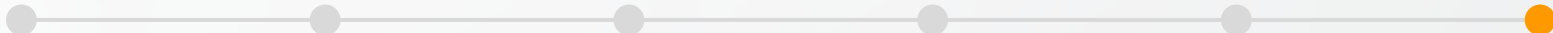
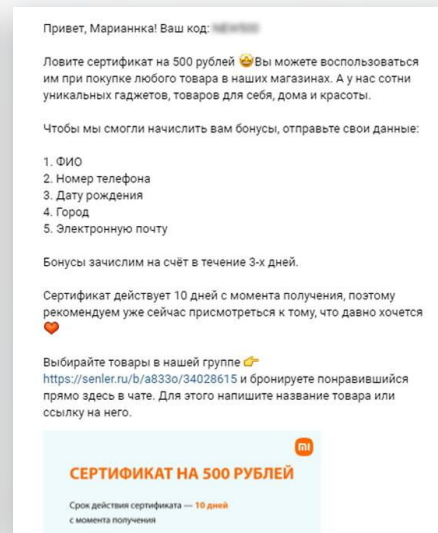


5 этап: масштабирование и привлечение новой аудитории

Мы быстро получили первый результат, потому что у партнера уже была собрана теплая аудитория, с которой можно было работать.

Но ее объем недостаточен, чтобы обеспечить стабильно растущий поток продаж.

Поэтому параллельно с внедрением стратегии по модели SLOSMU мы начали работать над более длинной воронкой, которая привлекает в аккаунт и рассылку холодную аудиторию, предлагает оформить карту лояльности, прогревает и подводит к продаже.





Отзыв клиента



**Аниса
АМИНОВА**

бренд-
менеджер
направления
Xiaomi

chizhov.io



Создание страницы бренда в социальных сетях - это ответственный шаг для любой компании, это одно из основных средств коммуникации с потребителем.

Проведя анализ рынка, мы остановились на Студии Чижова и не прогадали. Партнеры показали себя с лучшей стороны: быстро реагируют на запросы, качественно и в срок выполняют свои обязанности, тщательно подбирают контент, вежливо и грамотно отвечают на все наши запросы, дают рекомендации по развитию и наполнению группы, вовлечению новых и уже существующих подписчиков в диалог и обратную связь.

Через 6 месяцев совместной работы мы вышли на положительный ROI, а спустя 10 месяцев - на полную окупаемость проекта.

За год усиленной работы над проектом "Xiaomi Вконтакте" наши охваты увеличились в 7 раз, количество подписчиков на 50%, взаимодействие с активной публикой через сообщения возросло вдвое.

Выражаем благодарность нашим партнерам из Студии Чижова за профессиональную и комфортную работу и надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество.