

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра соціальних комунікацій

Інноваційний проєкт на тему:
Медіадіяльність комунікаційної агенції
«Koma agency»

Термін реалізації проєкту:

Початок 1 березня 2021 року

Закінчення 31 серпня 2021 року

Науковий керівник:

Проф. Чекмишев О. В.

Виконавець проєкту:

магістр освітньої програми

«Журналістика та медіакомунікації»

заочної форми навчання

Тищенко Анастасія Сергіївна

Київ 2021

ЗМІСТ

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ	4
1. Загальні відомості про проєкт	4
2. Характеристика проєкту	4
2.1. Ключові слова	4
2.2. Реферат проєкту	4
2.3. Масштаб проєкту.	7
2.4. Спрямованість проєкту	8
2.5. Ступінь новизни.	8
3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва	8
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення	8
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.	9
3.3. Організація заходів	10
4. Очікувана ефективність проєкту	10
4.1. Економічна ефективність проєкту	10
4.2. Соціальна ефективність проєкту	10
5. Аналіз потенційних ризиків проєкту	11
5.1. Основні фактори ризику проєкту.	11
5.2. Управління ризиками	11
6. Загальні висновки	11
Список використаних джерел	13
II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ	16
1. Маркетингова стратегія	16
1.1. Загальна характеристика комунікаційних агенцій сучасної України	16
1.2. Аналіз конкурентів	18
1.3. Цільова аудиторія, комунікаційна ціль і меседж до аудиторії	20
1.4. Способи просування комунікаційної агенції	25

2. Робота <i>Kota agency</i> над реалізацією проєктів «STUD-FEST» IMPULSE	
31	
Додатки	40

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

1. Загальні відомості про проєкт

Проєкт «Koma agency» покликаний створити комунікаційне агентство повного циклу: від розробки стратегії до впровадження ефективних рішень для бізнесів-клієнтів, зокрема налаштувати маркетингові процеси, підсилити бренди, створити контент і продавати через соціальні мережі. Комунікаційне агентство – це порівняно нове, поки ще не всім звичне явище на українському ринку маркетингових послуг, яке, проте, вже користується все більшою популярністю.

Комунікаційні агентства – це формація, яка дає змогу поєднати в рамках однієї компанії весь інструментарій маркетингу і комунікацій. Така агенція унікальна за своєю структурою і підходом до роботи, оскільки залучає до цього процесу фахівців із різних галузей. Агенція є підсумком роботи моїх останніх років консалтинговим консультантом для різних брендів та проєктів.

Мета реалізації проєкту:

- зібрати професійну команду;
- розробити брендинг, логотип та фірмовий стиль,
- оформити кейси,
- створити сайт та просувати агентство на всеукраїнському рівні.

2. Характеристика проєкту

2.1. Ключові слова

Комунікація, бренд, діджитал, агенція, реклама, маркетинг, SMM.

2.2. Реферат проєкту

Назва проєкту. «Koma agency» - похідне від двох слів - комунікаційна агенція.

Стислий опис проєкту.

Сучасна економічна ситуація породжує надлишкову пропозицію товарів і послуг, веде до найсильнішого загострення конкуренції, якому також сприяє

і зниження купівельної активності. Для того, аби завоювати увагу споживача, потрібно стати чимось більшим, ніж просто продуктом з його фізичними властивостями. Тоді споживач вибере продукт під привабливим для нього брендом і тим самим забезпечить акт купівлі-продажу. Розробкою таких властивостей і донесенням їх до кінцевого споживача, побудовою комунікації між торговою маркою і цільовою аудиторією буде займатись комунікаційне агентство.

Комплексний підхід. Робота комунікаційного агентства дозволяє ефективно управляти брендом завдяки координації та узгодженості всіх видів маркетингових комунікацій.

Тільки за наявності комплексного комунікаційного рішення, що визначає як загальні, так і приватні питання просування бренду і побудови його комунікації зі споживачами, можливе досягнення глобальної мети будь-якої компанії – створення сильного, успішного бренду.

Розробка стратегії в рамках проєкту дозволить налагодити зв'язок із потенційними замовниками та побудує бренд сучасної агенції, готової до спілкування на різних рівнях.

Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівнів. Цей проєкт покликаний вирішити проблеми власників бізнесів з продажу товарів чи послуг на загальноукраїнському рівні. Замовнику зручніше та доцільніше мати справу не з багатьма людьми, які мають різні вимоги, а з одним професійним агентством, котре би вело проєкт, координуючи всі супутні роботи з метою забезпечення їх високої якості та ефективності дії рекламної продукції на цільову аудиторію.

Основні техніко-економічні показники комунікаційної агенції «Koma agency»:

Проєкт передбачає

- створення сторінки в соціальній мережі «Instagram» та сайту, їх наповнення (дизайн та тексти), для чого потрібний дизайнер та програміст (7 тисяч гривень);
- розрахунок оплати за проєкт працівникам (визначається особисто);
- створення трьох нових робочих місць.

Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу.

Залучення до виробництва українського програміста та дизайнера, з подальшою промоцією додатка серед медійної спільноти України та світу. Це дасть поштовх до створення інновацій у цих галузях, а також покаже світу наш потенціал.

Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери:

- залучення програміста та дизайнера для оформлення сторінок у соціальних мережах та створення сайту;
- залучення дизайнера, копірайтера та таргетолога для подальшої роботи.

Термін реалізації проєкту: шість місяців. Усі кейси з попередніми роботами готові, залишилось їх оформити, зробити прайс, написати тексти та зробити сайт, також у розробки проєкту командою працюємо над просуванням фестивалю «Impulse».

Витрати на реалізацію проєкту: 20 тисяч гривень.

Строк окупності: чотири календарні місяці.

Фінансово-економічні показники:

- 3 роки досвіду у сфері реклами та зв'язків з громадськістю (кейси);
- два місяці розробки дизайну сторінок та сайту;

- тестування – 1 місяць, витрати не передбачені.

Джерела і умови фінансування проекту:

Власні кошти.

Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування подано в таблиці.

Таблиця 1.

Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування

п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. грн
1.	Обговорення та розробка стартової форми проекту, технічні тестування внутрішнього та зовнішнього порталу	0
2.	Пошук програміста, дизайнера, копірайтера та таргетолога	0
3.	Робота програміста	5 тис. грн
4.	Робота дизайнера	2 тис. грн
5.	Тестування (реклама)	13 тис. грн
	Всього	20 тис. грн

Оцінка ефективності проекту.

- Економічний ефект: прогнозований термін окупності один календарний місяць.
- Соціальний ефект: створення чотирьох нових додаткових робочих місць.

2.3. Масштаб проекту.

Проект має загальнодержавний характер. Покращення іміджу установи та її впізнаваність на загальнодержавному рівні; популяризація ініціатив, які вже стали нормою для установи; приклад якісної та результативної комунікації, який можуть перейняти інші установи такого типу.

2.4. Спрямованість проєкту.

Агенція створена для покращення взаємодії між замовником просування та виконавцем.

2.5. Ступінь новизни.

Новизна проведеного дослідження полягає у формуванні ефективної комунікаційної політики та комплексу комунікаційних заходів для агенції, розроблення схеми впровадження наданих рекомендацій у комунікаційну політику компанії, перевищує рівень окремих вітчизняних аналогів за усіма показниками, а деяких – частково.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	20%
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	80%
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження	90%
- наявність матеріально-технічної бази	90%
- наявність необхідного персоналу	50%

-	визначено та узгоджено фінансування проєкту	100
		%
-	визначено та узгоджено місце виконання проєкту	100
		%
-	інші види робіт	10%

3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.

Таблиця 2.

План виконання робіт за проєктом

п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. грн
1	Виконати останнє замовлення (просування фестивалю)	Тищенко Анастасія, Баша Богдан	1 березня – 31 травня	0
2	Дизайн сторінки в соціальній мережі (брендинг)	Баша Богдан	1 липня – 30 липня	2
3	Дизайн сайту агенції	Личман Марія	1 липня – 30 липня	5
4	Пошук копірайтера, дизайнера, таргетолога	Тищенко Анастасія	1 березня липня – 1 червня	0
5	Запуск агенції в тестовому режимі, реклама	Тищенко Анастасія, Гапон Дмитро	1 червня – 31 серпня	13

3.3. Організація заходів

- *Стислий перелік технологічних процесів.* 1) Обговорення та розробка стартової форми проєкту, технічні тестування внутрішнього та зовнішнього порталу; 2) Пошук програміста, дизайнера та SMM; 3) робота програміста та дизайнера 4) оформлення сторінок та написання текстів; 5) запуск у тестовому режимі.
- *Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень.* Усе в онлайн-режимі, необхідне устаткування має бути у працівників.
- *Кількість і кваліфікація виробничого персоналу.* Сукупна кількість працівників – 5 осіб, четверо з яких будуть працювати на постійній основі й далі, зокрема, проєктний менеджер, дизайнер, копірайтер та таргетолог. Усі працівники мають відповідний практичний досвід та теоретичні знання. Внаслідок тривалої співпраці проведені технічна перевірка та опитування на знак зазначеного освітнього рівня.

Можливе додаткове залучення кадрів та професійної виробничої сили. У подальшій реалізації проєкту розглядається пошук нових працівників. Прогнозована кількість набору – близько 10 – 20 осіб.

4. Очікувана ефективність проєкту

4.1. Економічна ефективність проєкту

- економічна доцільність реалізації проєкту – за планом у разі гарної промоції можна не лише окупити проєкт, а і заробити на ньому.
- термін окупності проєкту – 1 місяць;
- прибутковість проєкту – у середньому 90 тисяч гривень щомісяця.

4.2. Соціальна ефективність проєкту

Створення трьох нових додаткових робочих місць, підвищення іміджу установи на регіональному та загальнодержавному рівні дасть поштовх іншим установам такого типу переглянути та покращити власні комунікаційні стратегії.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні фактори ризику проєкту. Складання бізнес-плану неможливо без визначення ризиків і шляхів їх подолання. Бізнес із відкриття комунікаційного агентства може мати такі недоліки, як:

- якість роботи безпосередньо залежить від професіоналізму співробітників;

- для виконання такого проєкту необхідні креативність і творчий підхід, їх відсутність або слабкий рівень не сприятимуть позитивним результатам проєкту;

- складність прогнозування попиту;

- високий, постійно зростаючий рівень конкуренції.

5.2 Управління ризиками

Якщо перші два фактори є об'єктивними – їх не можна передбачити і досить складно попередити, то все, що пов'язане з конкурентними перевагами, потрібно постійно контролювати. При такому підході комунікаційне агентство завжди буде мати гарну репутацію і постійних клієнтів, що приносять стабільний дохід.

6. Загальні висновки

На мою думку, проєкт «Koma agency» є новим, актуальним, доцільним і перспективним. Агенції надає не одну локальну послугу, а комплекс послуг, зокрема, від розробки стратегії просування до розробки контенту і його просування. Проєкт покращить комунікацію між виконавцями і замовниками, полегшить усі етапи виробництва і промоції продукту.

Проєкт має вищезгадані ризики, проте точно окупиться і принесе прибутки.

Комунікаційна агенція щодня має справу з широким колом маркетингових ситуацій. Це дає змогу глибше розуміти загальну й окрему стратегію поведінки на споживчих ринках України, набувати необхідні навички й компетентність, а це забезпечує вищу якість рекламних звернень та ефективність, ніж тоді, коли їх розробляють і виготовляють самі рекламодавці.

Список використаних джерел

1. Агенція комунікацій "ВАРТО". URL: <https://www.warto.com.ua> › про-компанію (дата запиту: 25.05.2021).
2. Буряк М. А. Коммуникационные агентства в современной российской медиасфере: принципы функционирования и тенденции развития. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1431592737_5784.pdf (дата запиту: 25.05.2021).
3. Васильев Г. А., Поляков В. А. Основы рекламы. Москва : Юнити, 2006. 717 с.
4. Гольман И.А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организации. Москва, 2002. 372 с.
5. Деятельность рекламных агентств. URL: http://na5bal.narod.ru/load/marketing/deyatelnost_reklamnykh_agentstv/9-1-0-4660 (дата запиту: 5.11.2021).
6. Закон України “Про рекламу”. URL: <https://cedem.org.ua/library/zakon-ukrayiny-pro-reklamu/> (дата запиту: 5.11.2021).
7. Комунікаційне агентство RMA: стратегія, брендинг, диджитал. URL: <https://rma.team> (дата запиту: 5.11.2021).
8. Комунікаційне агентство року 2020. URL: <https://sostav.ua/publication/komun-kats-jne-agentstvo-roku-2020-87309.html> (дата запиту: 25.05.2021).
9. Комунікаційні агентства – майбутнє ринку. URL: <https://medvedplus.com.ua/text/uk/agentstvo-so-take-komunikacijne-agentstvo-znajomstvo-z-zavdannami-i-aspektami-roboti-soldis.html> (дата запиту: 5.11.2021).
10. Маркетинг: Рекламная деятельность на товарном рынке. URL: <https://uchil.net/?cm=101318> (дата запиту: 22.03.2021).
11. Мудров А. Н. Основы рекламы. Москва : Экономист, 2006. 319 с.

12. Назарьева Н. Б. Рекламний герой, який працює. *Рекламодавець: теорія і практика*. 2009. № 21.
13. Одінцов Р. М. Маркетинг. Київ : Райдуга, 2005. 104 с.
14. Організація діяльності й керування рекламним агентством. URL: <https://works.doklad.ru/view/NnojzWWHu4.html> (дата запиту:).
15. Открытие рекламного агентства. URL: <https://works.doklad.ru/view/DEefPECcsxM.html> (дата запиту: 22.03.2021).
16. Рейтинг ефективності рекламно-комунікаційних холдингів України за результатами EFFIE AWARDS UKRAINE 2020. URL: https://effie.org.ua/effectiveness_ranking/effectiveness_ranking_2020 (дата запиту: 5.11.2021).
17. Рекламна комунікація <https://koloro.ua/ua/reklamnaya-kommunikatsiya.html> (дата запиту: 5.11.2021).
18. Рекламне агентство основні функції і структура. URL: <https://studentlib.com/diplom-213912-reklamnoe-agentstvo-osnovnye-funkcii-i-struktura.html> (дата запиту: 25.05.2021).
19. Рекламные агентства. URL: <https://works.doklad.ru/view/1TD3zYccfpg.html> (дата запиту: 22.03.2021).
20. Свої. Комунікаційне агентство. URL: <http://svoi.digital/> (дата запиту: 25.05.2021).
21. Цілі і завдання рекламних агентств на рекламному ринку. URL: <https://ukrdoc.com.ua/text/9245/index-2.html> (дата запиту: 22.03.2021).
22. Щербин В. А. Рекламное дело. Москва : Зарево, 2006. 334 с.
23. Яблоконська Т. М. Психологія реклами. Київ : Райдуга, 2003. 245 с.
24. Comagency коммунікационное агентство. URL: <http://comagency.ru/communication-agency> (дата запиту: 25.05.2021).

25. Fishdigital.agency. URL: <https://fishdigital.agency/> (дата запиту: 25.05.2021).
26. Krasa agency. URL: <https://krasa.agency/> (дата запиту: 25.05.2021).
27. UAGENCY. URL: <https://uagency.com.ua/> (дата запиту: 25.05.2021).
28. WishDO agency. URL: <https://wishdo.agency/> (дата запиту: 25.05.2021).

II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ

1. Маркетингова стратегія

Маркетингова стратегія – це широкомасштабний план дій, який розробляють, щоб досягнути основних маркетингових цілей, таких як збільшення обсягу продажу чи прибутку, впізнаваності, для встановлення лідерства у своєму сегменті.

Правильно складена маркетингова стратегія допомагає вирішити такі завдання:

- підвищити впізнаваність бренду на ринку чи, як у нашому випадку, вивести комунікаційну агенцію на ринок;
- примножувати прибуток. Стратегія допомагає компаніям збільшувати обсяг продажу за рахунок позиціонування;
- підвищувати конкурентоспроможність. Однією з ключових ланок маркетингової стратегії є пошук та розкриття нових переваг над конкурентами.

Маркетингова стратегія включає:

- дослідження ринку;
- аналіз конкурентів;
- вивчення цільової аудиторії проєкту;
- вироблення способів просування проєкту.

1.1. Загальна характеристика комунікаційних агенцій сучасної України

Комунікаційна агенція – експерт у сфері комунікацій, що займається комплексною розробкою стратегії та забезпеченням встановлення зв'язків бренду з кінцевим споживачем.

Комунікаційна агенція надає повний супровід діяльності компанії на всіх етапах життєвого циклу проєкту: створення бренду, запуск промоції,

побудова іміджу, вирішення кризових ситуацій тощо. Агенція пов'язує компанію з різними сегментами цільової аудиторії, планує всі майбутні комунікації замовника та підбирає шляхи просування з урахуванням комплексно розробленої стратегії.

За своєю специфікою комунікаційна агенція схожа на рекламну, проте комунікаційна агенція на протигагу рекламній працює не лише з прямою платною рекламою, а й безкоштовними чи напівбезкоштовними шляхами просування.

Також комунікаційну агенцію від інших відрізняє спектр послуг – наприклад, вузькопрофільні event-агентства реалізують лише заходи, а PR-служби зайняті лише у сфері зв'язків із громадськістю.

Тенденції розвитку ринку комунікаційних послуг в Україні

Провівши дослідження ринку комунікаційних послуг в Україні, ми виявили такі тенденції:

1. Зростання попиту на digital-послуги.

Значну частку у вибудуванні взаємозв'язків із користувачами та залученні інвестицій займають соціальні медіа. Спостережено скорочення ринку ЗМІ та їх перехід в Інтернет. Для digital-комунікацій характерним є швидка зміна трендів. Найближчим часом повністю зникне поділ на «класичні види» та «нові медіа» через попит на SMM-комунікації та digital-проекти.

27. Незважаючи на укрупнення ринку, на ньому залишаються і невеликі вузькоспеціалізовані агенції.

Агентства, що спеціалізуються на вузькому профілі послуг, не відбирають клієнтів у комунікаційних агентств, оскільки перші підходять для реалізації короткострокових задач, а інші – для стратегічних. Можемо відзначити попит на агенції, що є координаторами всіх запитів замовника. Багато клієнтів надають перевагу економії ресурсів (пошуку виконавця чи коштів) та праці з виконавцем, що може забезпечити комплексний підхід.

28. Залежно від вимог клієнта перед агенцією постає завдання сформулювати успішні зв'язки з бізнесом, аудиторією, соціумом, ЗМІ чи владою. Комунікаційні агентства повинні дуже добре розуміти потреби споживачів та знати особливості найкращих медіа-каналів, щоб охопити їх.

Через величезну кількість інформації в сучасній медіа-сфері потенційний клієнт стає важкодоступним для компанії-замовника, тому комунікаційна агенція повинна знати всі шляхи до серця споживача та вміти управляти всією кількістю інформаційних потоків.

29. Бурхливий ріст різноманіття інформаційних технологій вплинув на розширення сфери послуг сучасних комунікаційних агентств та принципово змінив механізм управління думкою людини. Функції та послуги комунікаційних агентств змінюються і потребують наукового осмислення.

1.2. Аналіз конкурентів

Перш ніж братися за створення маркетингової стратегії, необхідно проаналізувати конкурентне поле, оцінити загрози, переваги та місце на ринку.

Мета дослідження ринку – отримати необхідні дані, знайти шляхи співпраці та кооперації з можливими конкурентами. Аналіз діяльності та здобутків конкурентів допомагає зрозуміти ситуацію в галузі, знайти свою нішу і зрозуміти, у якому напрямку розвиватися. Моніторинг допомагає задати правильний вектор маркетингової активності, звести до мінімуму ризики та знайти точки росту.

Сучасна надмірна пропозиція веде до загострення конкуренції. У таких умовах, для того, щоб не втратити гроші та отримати прибуток, необхідно стати для споживача чимось більшим, ніж просто товар чи послуга. Тоді він обере продукт під знайомим для нього брендом і здійснить акт купівлі-продажу.

Ми проаналізували діяльність п'яти конкурентів – комунікаційних агенцій, що спеціалізуються на подібних до наших послуг, зокрема інтернет-маркетингу, просуванні в соціальних мережах та створенні контенту.

1. UAGENCY <https://uagency.com.ua/>

Послуги: створення комунікаційних стратегій, PR-супровід, DIGITAL, КОНСАЛТИНГ, ВІДЕОПРОДАКШН

Клієнти: Міністерство цифрової трансформації України, Освіторія, Bolt, Unit.city.

Агенція веде сторінки в соціальних мережах, має тік-ток та телеграм-канал [27].

2. Свої. Комунікаційне агентство. <http://svoi.digital/>

Агентство має цікавий та креативний сайт, проте важко знайти потрібну інформацію через різноманіття шрифтів. Агенція не веде сторінки в соціальних мережах.

Послуги, які пропонують: Соціальні мережі: Контент-маркетинг, таргетована реклама, фото та відео. Брендинг: Позиціонування і платформа бренду, айдентика, брендбук. Стратегія: СММ-стратегія, маркетингова стратегія, комунікаційна стратегія. Дизайн: графічний дизайн, motion-design, брендинг.

Клієнти: SAMMY ICON, БІТРИКС24, LOZA STREKOZA, MASTERBUN, HAVE-A-REST, CRYPTODEALERS [20].

3. Krasa agency

Мають потужний сайт та кейси, калькулятор вартості просування, відео-галерею. Просування агенції відбувається методами СММ-просування, за рахунок особистого бренду та контекстної реклами.

Клієнти: Crystal, Чистота, Pryanuku_com

Послуги, що надають: просування в Instagram, Telegram, Facebook, Фотоконтент (зйомка), Тексти для постів, Контент-стратегія, Дизайн постів і Stories, Highlights для Stories, Таргетована реклама [26].

4. WishDO agency

Агентство, яке є працює давно на ринку комунікаційних послуг, має сайт, але основна аудиторія – в їх соціальних мережах, з охопленням 50 тисяч

користувачів. Просувають агентство також через свої освітні курси та особисті бренди засновників.

Клієнти: Умань-пиво, Молокія, Агуша та інші.

Послуги: комплексне просування бізнесу в соціальних мережах, складання стратегії, аудит з рекомендаціями, налаштування таргетованої реклами, розробка візуального стилю, підбір лідерів думок, консультації [28].

5. Fishdigital.agency

Мають сторінки в соціальних мережах з охопленням 900 підписників.

Сайт – основний канал просування, потужні кейси та брендинг.

Послуги: SMM-просування, таргетована реклама, контекстна реклама.

Клієнти: Ford, DiaDia, СпортЛенд, Fiat [25].

1.3. Цільова аудиторія, комунікаційна ціль і меседж до аудиторії

Перед плануванням комунікаційної стратегії будь-якої організації необхідно визначити її цільову аудиторію – людей з подібними соціальними характеристиками, інформаційними інтересами, на яких буде спрямована комунікаційна діяльність. Складання детального портрета цільової аудиторії спростить постановку завдань для просування агенції. При визначенні ЦА необхідно врахувати такі характеристики:

- демографічні (стать, вік, сімейний стан, професія, дохід, майно);
- соціальні (зайнятість, статус від якого залежить коло спілкування);
- психографічні (стиль життя, установки).

Знання цільової аудиторії допоможе:

1. Підготувати унікальну пропозицію, щоб відрізнитись від інших проєктів на ринку.
2. Скоротити бюджет реклами.
3. Підвищити лояльність, якщо контент допомагатиме вирішувати потреби користувачів.

Незнання цільової аудиторії проєкту може призвести до неефективності стратегії просування або до значного збільшення бюджетів на її реалізацію.

Ефективним інструментом у дослідженні аудиторії є складання її портрету, від детальності якого залежить відповідність пропозиції до потреб цільової аудиторії.

Дослідження та складання портрету клієнта допоможе:

- скласти конкретну пропозицію чи рекламну кампанію для певної цільової групи. Часто той самий продукт для різних категорій клієнтів позиціонується по-різному;

- дізнатися про проблему клієнтів та запропонувати варіант її вирішення;
- визначити мотивації клієнтів;
- з'ясувати основні канали просування.

Детальне вивчення ЦА дозволяє:

- побудувати успішну кампанію для всіх каналів просування: SMM, контекстної реклами, SEO, email-розсилках;
- скоригувати матеріали для публікацій згідно з запитами споживачів;
- залучити нових читачів шляхом орієнтованих на аудиторію новин маркетингу;
- прискорити розвиток проєкту.

Аналіз аудиторії за методикою 6W

Таблиця 3

Питання	Спосіб сегментації	Відповідь
What/Що?	За типом продукту	Сторінка в соціальній мережі «Instagram»
		Сайт
Who/Хто?	За типом ЦА	Топ-менеджери, маркетинг-директори, представники маркетинг-відділів
		Приватні підприємці
		Колеги, люди, яким цікава сфера маркетингу та комунікацій
Why/Чому?	За мотивом	Знайти виконавця замовлення
		Прочитати новини на сайті
When/Коли?	По ситуації, коли аудиторія користувачем стає	Підписка на Email-розсилку/соціальна мережа «Instagram»/перегляд статей на сайті
Where/Де?	За джерелами трафіку	Контекстна реклама
		Реклама у соціальних мережах
		Дірект-маркетинг
		Сарафанне радіо
Which/Інтереси?	Які інтереси типові для аудиторії	Новини маркетингу та реклами

Таблиця 4

Комунікаційні цілі та меседжі

Цільова аудиторія	Комунікаційна ціль	Меседж	Call to action
-------------------	--------------------	--------	----------------

Топ-менеджери, маркетинг-директори, представники маркетинг-відділів, приватні підприємці	Сформувати довіру до Кома агенсу, викликати інтерес до співпраці	Кома агенсу – експерт у сфері просування, комунікацій та створення контенту	Заповніть заявку на сайті та отримайте безкоштовну індивідуальну консультацію	
Колеги, представники ринку комунікаційних та рекламних агенств, люди, яким цікавий маркетинг	Згенерувати інтерес до Кома агенсу	Кома агенсу – експерт у сфері просування, комунікацій та створення контенту	Підписуйтесь на нас у соціальних мережах, читайте новини на сайті та розширюйте свої знання	

3D-аватари потенційної аудиторії бренду

Програму просування планується реалізовувати на ринку B2B, для чого необхідно вивчити характеристики цільової аудиторії.

Для початку аудиторії поділено на 2 групи:

1. Приватні підприємці;
2. Маркетологи компаній.

Приватні підприємці. На цьому рівні рішення про покупку приймається самостійно.

Організації/маркетологи компаній. Як правило, ухвалення рішення про купівлю приймають комплексно, оскільки в таких компаніях існує низка осіб, які беруть участь у процесі купівлі.

У великих компаніях рішення про купівлю складають на рівні керівника рекламного відділу чи керівника напрямку.

Отже, для досягнення комунікативних цілей вивчено цільову аудиторію з погляду необхідних характеристик. Цільову аудиторію комунікаційної агенції «Кома агенсу» було поділено на дві групи: приватні підприємці та

організації. Відмінною особливістю представників другої групи є те, що вибір здійснює група людей.

Таблиця 5.

Цільова аудиторія

Споживач	Оксана	Григорій
Вік	28	33
Діяльність	Має свій інстаграм-магазин.	Маркетолог у великій Українській компанії
Ключова особливість	Незаміжня, звикла отримувати задоволення від життя, багато працює для своєї власної справи	Одинок, полюбляє соло подорожі та активний відпочинок, любить слідкувати за трендами
Цінності та цілі	Активна; Обожнює своє життя; Цінує свій вільний час; Цілеспрямована; Слідує принципу «не мати, але бути»; Готова зав'язувати нові знайомства.	Бути у гармонії з собою; Саморозвиток; Кар'єра; Свобода вибору; Уважний до деталей; Цілеспрямований;
Як дізнається про нас?	Через рекламу в інстаграм.	Сайт або поради колег
Сфера інтересів?	Активне життя, Інтернет, публічні заходи, членство у клубах, вечірки, нові можливості, подорожі, відпочинок, особисті досягнення, зовнішній вигляд, кар'єрна орієнтація.	Активне життя, спорт, Інтернет, публічні заходи, нові можливості, подорожі, відпочинок, особисті досягнення, зовнішній вигляд, кар'єрна орієнтація.
Де часто проводить свій вільний	Громадські місця, рідше вдома.	У спортзалі, з друзями, проте частіше вдома наодинці з собою.

час? (офлайн)		
Де часто проводить свій вільний час? (онлайн)	інстаграм та ютуб-канал (з бізнес-тренінгами, навчальною інформацією про маркетинг, новими цікавими закладами у місті, з порадами щодо догляду за собою, блогери).	Бізнес-форуми, соціальні мережі, полюбляє переглядати ютуб-канал.
Основні запити, за якими споживач шукає наші послуги?	Нові шляхи просування, тренди	Новини маркетингу

1.4. Способи просування комунікаційної агенції

Провівши аналіз зовнішнього середовища, конкурентів, цільової аудиторії, загроз та можливостей, ми працювали над визначенням шляхів просування для комунікаційної агенції «Koma agency».

Комунікаційному агентству важливо постійно бути присутнім у медіа-сфері, для цього необхідно взаємодіяти з аудиторією через сайт та соціальні мережі, намагатися постійно нагадувати про себе. Якісна робота на власна репутація – єдиний спосіб залучення нових клієнтів.

Комунікативними цілями програми просування для комунікаційної агенції «Koma agency» є:

1. Формування впізнаваності агенції;
2. Залучення нових клієнтів;
3. Створення позитивного іміджу.

Оскільки комунікаційна агенція «Koma agency» існує та надає послуги в інтернет-мережі, усі способи та методи просування будуть спрямовані на

взаємодію з аудиторією теж в Інтернеті. Ключові переваги цього каналу – таргетованість, оперативність та бюджетність.

Серед методів просування комунікаційної агенції виокремимо:

Просування через соціальну мережу «Instagram» – створення сторінки, наповнення, налаштування реклами.

Просування через сайт – створення сайту, його наповнення, налаштування контекстної реклами та форми зворотнього зв'язку.

При правильному підході ці інструменти дозволяють агенції вибудувати стабільні та лояльні відносини з клієнтами.

Зауважимо, що просування в Інтернеті набирає обертів і не всі його можливості добре вивчені, тому продовжуються пошуки нових рішень та можливостей як у просуванні, так і в оцінці її ефективності.

Важливе місце в складанні стратегії займає особистий бренд як інструмент просування.

Маркетинг дорожчає, а нові клієнти залучаються важче. На перший план просування виходить такий маркетинговий інструмент, як особистий бренд, адже людям важливо бачити особу, яка демонструє досвід та експертність. До того ж лояльність аудиторії стає стабільно вищою. Розроблені нижче матеріали орієнтовані на просування агенції через особистий бренд керівника – Тищенко Анастасії та знайомство з її особистістю.

Можливості для розвитку:

Навчання через контент: статті на сайті та в телеграм-каналі. У майбутньому планується залучити такий інструмент просування, як навчання потенційних клієнтів шляхом публікацій «професійного навчального контенту», у якому можна розповідати новини медіа-сфери та так залучати нову аудиторію. Це необхідно не лише для того, щоб у агенції «Koma agency» були клієнти, а й для формування іміджу серед колег чи молодих спеціалістів.

Обґрунтування доцільності створення сторінки в соціальній мережі Instagram

Сторінка в соціальній мережі Instagram для комунікаційної агенції, що більшість послуг надає саме в соціальних мережах, – просто є обов'язковим елементом просування.

На стадії запуску ми запропонували дев'ять постів у двох рубриках (Посилання на контент-план в додатках).

Рубрика «Про нас» – розповідь через особистий бренд про досвід роботи з проєктами, знайомство з агентством, опис послуг та їх вартості.

Рубрика «Кейси» – інформаційні пости про проєкти, наші результати та досягнення.

Також додаємо всю інформацію у вічні історії та показуємо приклади наших робіт. Створюємо рубрики: кейси, послуги, приклади, зйомки та окремо під кожен проєкт свою історію.

Останнім кроком стало налаштування реклами на нашу цільову аудиторію підприємців та маркетологів компаній.

Обґрунтування доцільності створення сайту

Сайт для комунікаційної агенції – інвестування в позиціонування своєї компанії, інструмент просування, формування довіри та іміджу, демонстрації своїх переваг та пропозиції чогось такого, що не мають конкуренти. Ще одне завдання, яке вирішує сайт Koma agency, – цілодобова презентація власних послуг, портфолію фахівців та кейсів – віртуальний офіс із розширеним функціоналом.

Якісно розроблений сайт стає ефективним майданчиком для реалізації стратегії просування та інструментом продажу.

Сайт є платформою, яка має на меті презентацію всієї інформації про агенцію та проєкти, які вона реалізувала. Це дозволяє транслювати новини про свою діяльність, демонструючи відкритість та доступність.

У рамках функціонування проєкту створення сайту доречно віддати програмісту, для цього необхідно створити детальний бриф на створення інформаційного ресурсу.

У брифі вказано про необхідність створення обов'язкових розділів сайту, серед них:

- *Знайомство з Koma agency*

У цьому розділі ми знайомимо користувача з агенцією через особистий бренд керівника.

- *Від розробки стратегії до впровадження ефективних рішень для бізнесів клієнтів*

Цей розділ покликаний показати, що отримає користувач від співпраці з нами. Для оформлення ми використовуємо Емої та емоційні написи: вражаємо контентом, підсилюємо бренди, знаходимо аудиторію, розробляємо стратегію, показуємо результати, слідкуємо за трендами.

- *Клієнти*

У цей розділ ми додали логотипи проєктів, з якими працювали: ТЦ Rive Gauche, Headway, GoITeens, Gonor, ZNO.UA, Student Festival «Impulse», Bage, Business Ombusman Council.

- *Послуги*

Проєкт	Цільова аудиторія	Контент
- стратегія - УТП та слоган	- налаштування реклами на вашу аудиторію	- статичні рекламні креативи/рекламні відео- креативи

<ul style="list-style-type: none"> - аналіз конкурентів - контент-план та рубрики - допомагаємо приймати важливі рішення - разові консультації 	<ul style="list-style-type: none"> - збір бази та Email/SMS-розсилка 	<ul style="list-style-type: none"> - написання текстів (реklamних та для постів) - дизайн профілю - зйомка та монтаж відео - контент для профілю (пости та сторіз)
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- *Кейси*

Створюємо фото-галерею, показуємо наш досвід із проєктами та розроблені матеріали для них.

- *Команда*

Розміщуємо фото та посади наших співробітників:

Анастасія Тищенко – керівник / проєктний менеджер

Марина Слободянюк – копірайтер / креативник

Богдан Баша – дизайнер

Дмитро Гапон – таргетолог

- *Форма для співпраці*

Для того, щоб отримати заявку від потенційного клієнта, робимо на сайті форму з графами:

Хочете співпрацювати?

Отримайте безкоштовну консультацію!

E-mail

Телефон

Ім'я

Завдання

- *Контакти*

Електронна пошта, телефон, посилання на соціальну мережу Instagram.
Ці дані повинні бути чітко видимими.

Для Koma agency є важливим, аби при створенні вебсайту

- вся інформація була актуальною. Тексти стилістично та граматично правильні;
- технічні аспекти також важливі: швидкість завантаження сторінки, цікавий, сучасний та приємний дизайн;
- наявність мобільної версії вебсайту;
- англійська версія сайту (адже можлива співпраця з іноземними клієнтами).

Обґрунтування важливості розробки брифу для клієнта

Бриф – документ, який спрямований на встановлення ефективних стосунків з потенційним клієнтом. У цьому документі фіксуються всі актуальні дані клієнта, його запит до виконавця та необхідна для початку роботи інформація.

Майбутній виконавець робіт готує для клієнта питання, на які останній має максимально докладно дати відповіді. Чим докладніше замовник заповнить бриф – опише всі деталі, поділиться очікуваним результатом, – тим більше кінцевий результат буде відповідати його запитам.

Наявність брифу допомагає структурувати спілкування з клієнтом, зафіксувати всі попередні домовленості та отримати максимум потрібної інформації.

На стадії брифування вже можна визначити, як проходитиме комунікація. Питання брифу мають бути максимально зрозумілими та простими, щоб клієнту не довелося розбиратися у складній термінології.

2. Робота *Koma agency* над реалізацією проєктів «STUD-FEST» IMPULSE

У рамках написання роботи команда нашої агенції працювала над розробкою та реалізацією маркетингової стратегії для онлайн-формату «STUD-FEST» IMPULSE.

«STUD-FEST» IMPULSE – це масштабний фестиваль вакансій в Україні, де збираються роботодавці, бізнес-спікери, усі, хто шукає роботу і хоче познайомитися з багатьма цікавими особистостями.



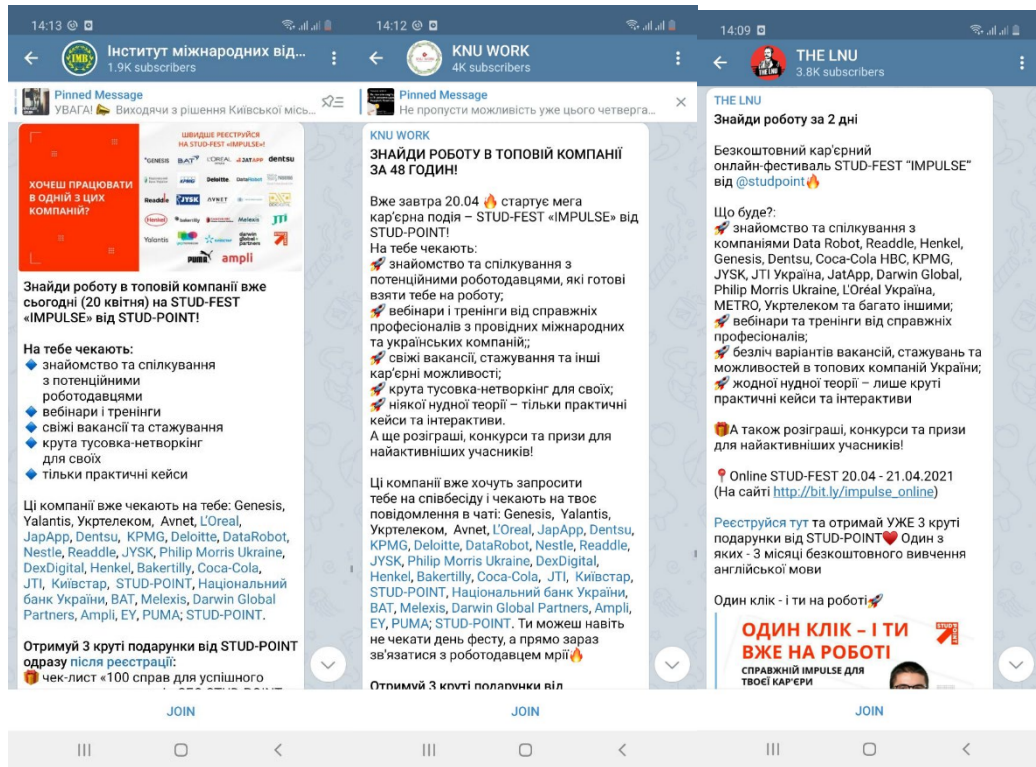
Загальна кількість відвідувачів онлайн-платформи в день проєкту – 2034, із них зареєстрованих учасників (реєстрація не була обов’язковою) – 1256 осіб.

РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ

Кількість ВНЗ України, що приєдналися до фестивалю: 53

- Київ: **23**, серед яких КНУ, КНЕУ, НАУКМА, НУХТ, НАУ, КНТЕУ, КНУБА, НМУ, КУБГ та ін.;
- Дніпро: **16** ВНЗ, серед яких НТУ ДП, ДНУ та ін.;

- Одеса: 2 (Одеський національний університет “Одеська юридична академія”, ОНУ ім. Мечникова);
- Харків: 9, серед яких ХНУМГ, ХОМК, ХП, ХРІДУ НАДУ при Президентові України та ін.;
- Львів 3 ВНЗ, серед яких ЛНУ та ін.



Рекламна кампанія у соціальних мережах:

- Кількість груп, де були опубліковані анонси про фестиваль: понад 200
- Кількість сайтів, де були опубліковані анонси про фестиваль: понад 15

Інфопартнери



ONLINE STUD-FEST “IMPULSE” 2021 отримав підтримку 25 інформаційних партнерів. У рамках співпраці відбувалися розсилки про фестиваль загальним охопленням 200 тисяч користувачів, були розміщені банери на сайті, нативна реклама, пости в соціальних мережах та публікації на сайтах.

14:15 Studway

7 квіт. ·

Хочеш потрапити на драйвову тусовку активної молоді, та ще й знайти варіанти роботи чи стажування?
Чи можливо не знаєш, де шукати вакансії для твого кар'єрного розвитку?

Маємо для тебе HOT news 🔥🔥🔥

Вже зовсім скоро відбудеться найочікуваніша подія цієї весни – крутезний фестиваль STUD-FEST «IMPULSE» 🎉

Не втрачай можливість знайти роботу всього за декілька днів!

Що на тебе чекає?

- 🔥 знайомство та спілкування з потенційними роботодавцями, які вже завтра готові взяти тебе на роботу
- 🔥 вебінари та тренінги від справжніх професіоналів з провідних компаній країни
- 🔥 свіжі вакансії, стажування та інші кар'єрні можливості
- 🔥 крута тусовка-нетворкінг
- 🔥 безліч варіантів вакансій, стажувань та можливостей в топових компаніях України
- 🔥 жодної нудної теорії – лише круті практичні кейси та інтерактиви

Напишіть коментар...

14:17 Кар'єрний онлайн-фестиваль... thepoint.robota.ua

«Повернутися до календаря»

This event has passed.

Кар'єрний онлайн-фестиваль STUD-FEST “IMPULSE”

Квітень 20, 13:00 - Квітень 21, 21:00, Безкоштовно

Найдрайвовіший кар'єрний фестиваль повертається! Ще більше крутих вакансій, топових роботодавців, практичних кейсів,

14:17 Кар'єрний фестиваль STUD... happymonday.ua

Кар'єрний фестиваль STUD-FEST «Impulse»
online/Київ

ЩЕ ВЕСНИ ПРИСДІЙТЕСЬ ДО STUD-FEST IMPULSE

ОДИН КЛІК - І ТИ ВЖЕ НА РОБОТІ

Кар'єрний фестиваль для тих, хто шукає круті вакансії для кар'єрного зростання.

GRC.UA
1.5K subscribers

STUD-FEST IMPULSE

ОДИН КЛІК - І ТИ ВЖЕ НА РОБОТІ!

Фестиваль STUD-FEST Impulse знову феєрично повертається! 🎉 Тепер очікуй ще більше інтерактиву, крутих вакансій та практичних кейсів 🔥

- grc.ua - експертний партнер заходу. На STUD-FEST тебе чекає 🔥 детальніше тут bit.ly/3wNvIL0
- 🔥 знайомство та спілкування з потенційними роботодавцями, які вже завтра готові взяти тебе на роботу;
- 🔥 вебінари та тренінги від справжніх професіоналів з провідних компаній країни;
- 🔥 крута тусовка-нетворкінг для своїх;
- 🔥 безліч варіантів вакансій, стажувань та можливостей в топових компаніях України;
- 🔥 А також розіграші, конкурси та призи для найактивніших учасників!

Дати та місце проведення:

- 📍 Online STUD-FEST 20.04 - 21.04.2021 на сайті фесту.
- 📍 Offline STUD-FEST 23.04.2021 (Київ, вул.Еспланадна 17, біля ТЦ “Тулівер”)

Не пропусти головну подію весни!
Розпочинай свою успішну кар'єру просто

Ярмарки вакансий: пустая трата времени или реальные возможности

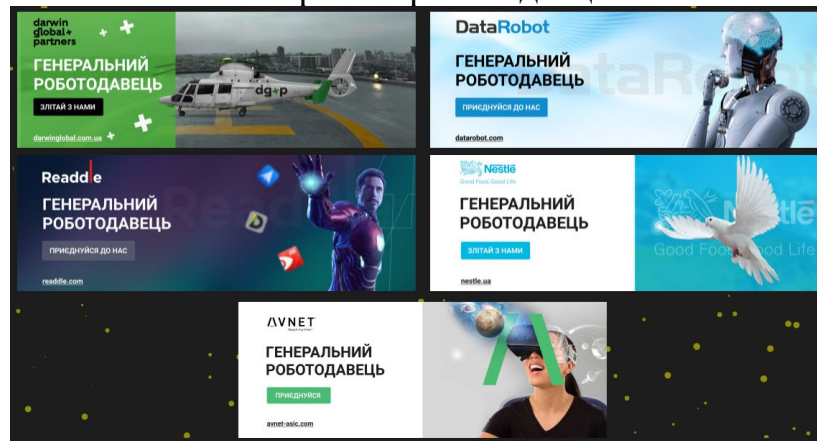
426 [Советы соискателям](#) [Карьера](#)

Хотя бы раз в жизни каждый студент видел анонс ярмарки вакансий или карьерного фестиваля. Организаторы обещают все и сразу: море вакансий, мощный нетворкинг и мгновенные собеседования. Пришел — пообщался — получил работу. Но действительно ли это работает?



Организаторы ярмарки вакансий STUD-FEST «IMPULSE» спросили у молодежи, ходят они на такие ивенты и помогают ли джоб-фестивали дать старт карьере.

Генеральні роботодавці



Реклама в телеграм-каналах

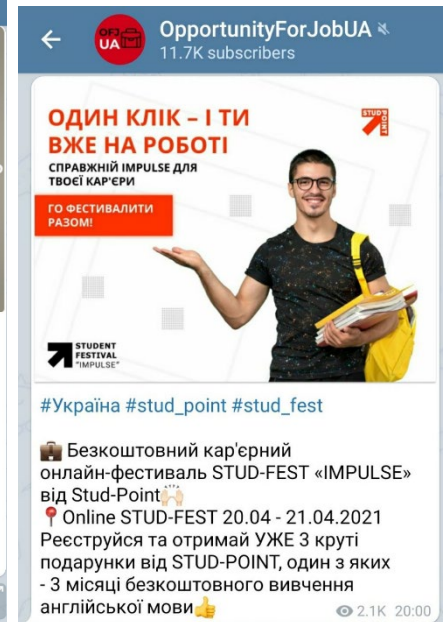
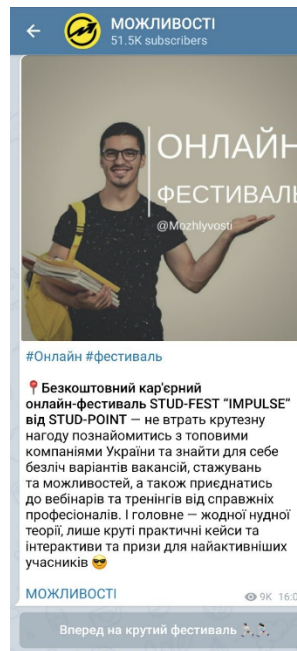
Ми закупили рекламу в 13 телеграм-каналах, загальне охоплення яких становить 250 тисяч користувачів.

Співпраця з каналом @Mozhlyvosti

January 2, 2020 by <https://t.me/Mozhlyvosti>

Опис каналу

@Mozhlyvosti - найбільший освітній канал в Україні, який за версією "Української Правди" входить в **ТОП-10 українських каналів**. Тут щодня публікуються актуальні та класні можливості для розвитку/освіти/кар'єри/подорожей/самовдосконалення української молоді. З лютого 2018 року аудиторія нашого каналу постійно зростає та розширюється. За понад 2 роки роботи каналу ми об'єднали понад 51 тисячу людей, що прагнуть розвитку та опублікували для них понад 2800 можливостей.



Таргетована реклама про фестиваль та роботодавців

<p>Показ завершено • 19 апр • Автор: Stud-Point tapretinir</p> <p>Рекламная кампания СФ > 2 группы объявлений > 2 объявления</p> <p>Трафик</p> <p>ID: 23847234883020420</p>	<p>24 753</p> <p>Охват</p>	<p>510</p> <p>Клики по ссылке</p>	<p>1 607,85 р.</p> <p>Сумма затрат</p>	
<p>Показ завершено • 15 апр • Автор: Stud-Point tapretinir</p> <p>Рекламная Кампания онлайн СФ апрель 20-21 > 2 группы объявлений > 2 объявления</p> <p>Трафик</p> <p>ID: 23847207379090420</p>	<p>21 998</p> <p>Охват</p>	<p>417</p> <p>Клики по ссылке</p>	<p>3 161,15 р.</p> <p>Сумма затрат</p>	
<p>Показ завершено • 14 апр • Автор: Stud-Point tapretinir</p> <p>Логотипы > 2 группы объявлений > 2 объявления</p> <p>Конверсии</p> <p>ID: 23847191776400420</p>	<p>208</p> <p>Охват</p>	<p>--</p> <p>Завершённые регистрации на сайте</p>	<p>51,73 р.</p> <p>Сумма затрат</p>	
<p>Показ завершено • 10 апр • Автор: Stud-Point tapretinir</p> <p>Target Video Instagram > 1 группа объявлений > 1 объявление</p> <p>Трафик</p> <p>ID: 23847167899100420</p>	<p>6 732</p> <p>Охват</p>	<p>154</p> <p>Клики по ссылке</p>	<p>758,48 р.</p> <p>Сумма затрат</p>	

Розміщення у календарях подій

Інформація про STUD-FEST «Impulse» була розміщена в 6 календарях подій на сайтах, серед яких Vgorode, Dou, moemisto та інші.

14:17 14:16

STUD-FEST "IMPULSE", 20 - ... dou.ua

STUD-FEST 2021 - Безкошто... kiev.vgorode.ua

DOU пошук Вхід

ФОРУМ СТРИЧКА ЗАРПЛАТИ РОБОТА КАЛЕНДАР

Бесплатно Бизнес Выставки Детям Ки

.Net Hiring Week April 26th - May 2nd Join our team in 3 steps!

STUD-FEST 2021

Афиша > Безкоштовно

БЕЗКОШТОВНО Нравится

пл.Спортивная, 1-А

ТРЦ Gulliver

21 апреля 2021, 13:00 - 21:00

+ Афишу

Нашли ошибку

Реклама на сайте

ПОКАЗАТЬ НА КАРТЕ

ОНЛАЙН 20.04 - 21.04.2021 КИЇВ 23.04.2021 ВУЛ.ЕСПЛАНАДНА, 17 (БИЛЯ ТЦ "ГУЛІВЕР")

STUD-FEST

ОДИН КЛІК - І ТИ ВЖЕ НА РОБОТІ!

Відбулось 20 – 21 квітня

Місце Online

Вартість безкоштовно

Знайди роботу в ІТ за 2 дні!

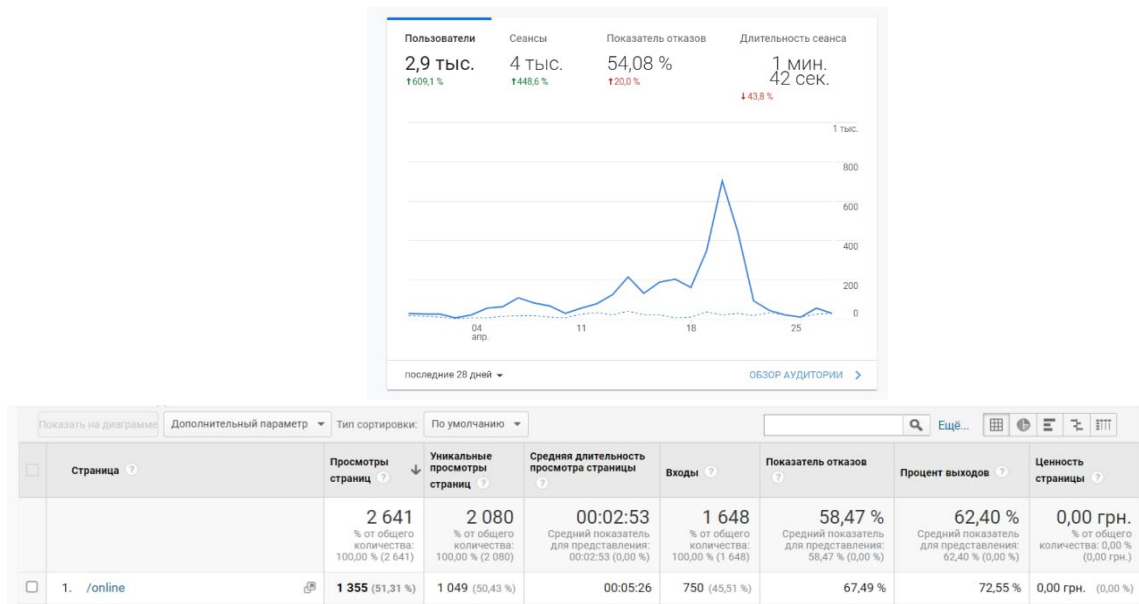
Безкоштовний кар'єрний онлайн-фестиваль STUD-FEST «IMPULSE» від компанії STUD-POINT

АФИША

Аналітика Email-розсилки в дні фестивалю

розклад 21 квітня (copy 01) Sent Regular - STUD-POINT Tags: весна 2021 СФ Sent Wed, M04 21st 11:04 AM to 852 recipients by you	40.7% Opens 6.0% Clicks	розклад (copy 01) Sent Regular - marketing1point@gmail.com Sent Tue, M04 20th 1:08 PM to 704 recipients by you	22.2% Opens 3.7% Clicks
розклад 21 квітня Sent Regular - STUD-POINT Tags: весна 2021 СФ Sent Wed, M04 21st 7:55 AM to 859 recipients by you	23.1% Opens 4.0% Clicks	розклад Sent Regular - marketing1point@gmail.com Sent Tue, M04 20th 8:48 AM to 1K recipients by you	42.4% Opens 13.9% Clicks

Аналітика сайту в дні фестивалю



Промоніторивши охоплення реклами та статистику наших постів у соціальних мережах, можемо сказати, що інформацію про нас побачили близько 65 000 користувачів. Дописи розміщувались на сторінках фестивалю у [Facebook](#), [Instagram](#) та [Telegram](#).

Інста-ефіри

Instagram-ефіри в середньому мали по 45 активних онлайн-учасників. Усі записи ефірів збережені та доступні для перегляду на нашій сторінці в Instagram.



Вебінари

Вебінари в середньому мали 30+ слухачів, заходило на вебінари на їх початку 50+ людей. Далі результат залежав від теми, часу та спікера.



Кар'єрні марафони

Для підігріву учасників фестивалю як PR-інструмент ми організували два кар'єрні марафони за місяць та за тиждень до заходу.

Загальна кількість реєстрацій на обидва марафони була 350 учасників.

Розпочали марафон 300 людей, отримали призи (були активними) 30 учасників.

СТУДІО ІНІО СЕРТИФІКАТ

ТЕПЕР Я

#СЕРТИФІКОВАНИЙ_КАР'ЕРИСТ

**БО ПРОЙШЛА/ШОВ 7-ДЕННИЙ
КАР'ЕРНИЙ МАРАФОН З SOFT-SKILLS
ВІД STUD-POINT**

Привіт 🧯
Наш кар'єрний марафон вже зовсім скоро розпочнеться 🧯

Тому пропонуємо вам познайомитися один з одним, дізнатися щось цікавеньке та просто почати спілкування

У майбутньому нетворкінг точно стане корисним, чим би ти не займався ✨

Пиши у коментарях 🙌

- ▲ своє ім'я, вік, звідки ти
- ▲ де та на кого навчаєшся
- ▲ які хобі маєш
- ▲ і нарешті – чого хочеш навчитися на кар'єрному марафоні

Ми впевнені, що ти знайдеш чимало однодумців, тож го знайомитись 🧯

225 · edited 13:26

13:40 Кар'єрний марафон від... 154 members

Pinned Message
🧯🧯🧯🧯 Хей 🧯🧯🧯🧯 Вітання усім учасником кар'єр...

організаторам, ви МЕГА МЕГА КРУТІЕ, с нетерпением жду ещё интересных проектов. Желаю ещё лучшей отдачи в новом марафоне 🧯 13:12

настя головань
Дякуюююю 🧯🧯🧯🧯 за подарунок і чудовий марафон, який дійсно виявився дуже корисним для нас усіх 🧯 13:15

Ліля івентор admin
ой, ну я уже писала сьогодні, но я очень рада читать такие отзывы 🧯 13:26

Nata
Я теж дякую вам за такий класний марафон 🧯 Він виявився дійсно корисним та цікавим. Я дуже рада, що не прогавила можливість і взяла у ньому участь 🧯 13:36

Valeriia
Ребята, особенно самые активные, вы очень целеустремлённые и обязательно добьётесь всех карьерных высот, главное верьте в себя и ставьте цели по SMART-у. Рада, что смогла познакомиться с такими людьми 🧯 13:11

Valeriia
И отдельное спасибо организаторам, вы МЕГА МЕГА КРУТІЕ, с нетерпением жду ещё интересных проектов. Желаю ещё лучшей отдачи в новом марафоне 🧯 13:12

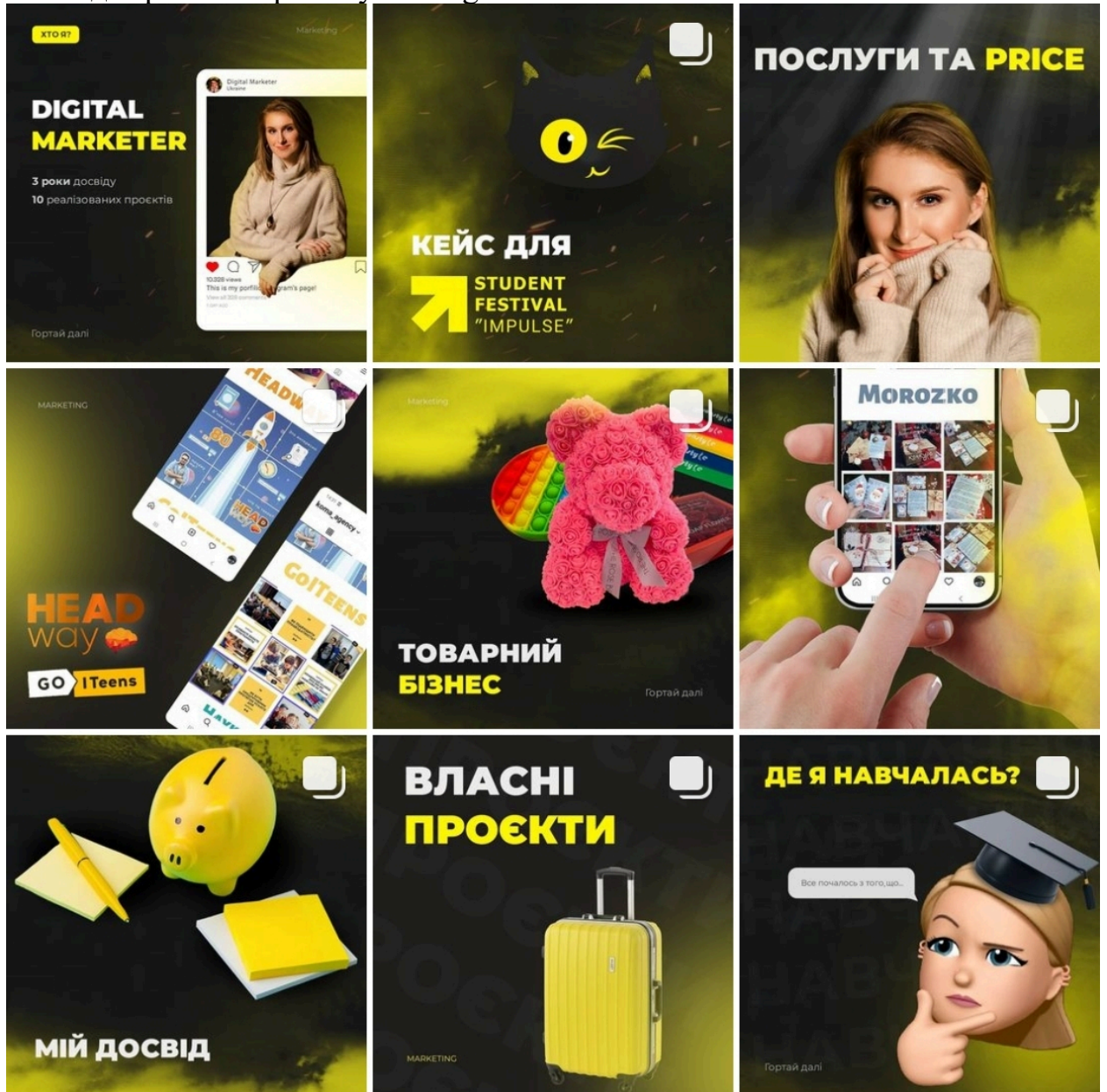
настя головань
Дякуюююю 🧯🧯🧯🧯 за подарунок і чудовий марафон, який дійсно виявився дуже корисним для нас усіх 🧯 13:15

Ліля івентор admin

Message

Додатки

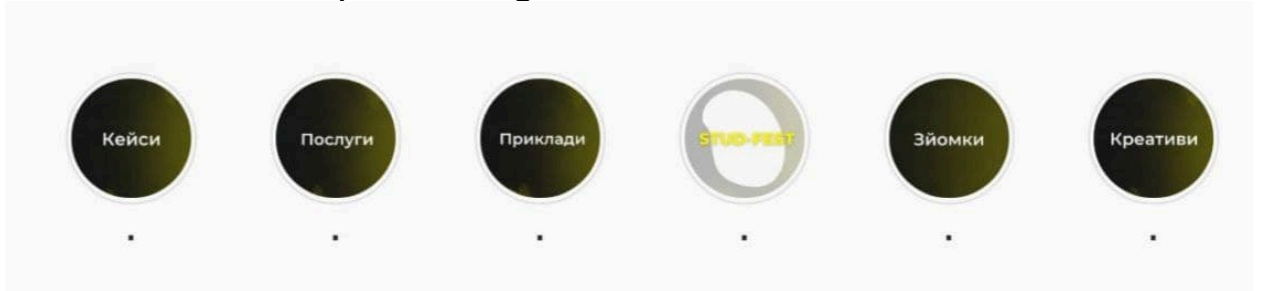
Вигляд стрічки сторінки у «Instagram».



Логотип



Обкладинки для історій в «Instagram»

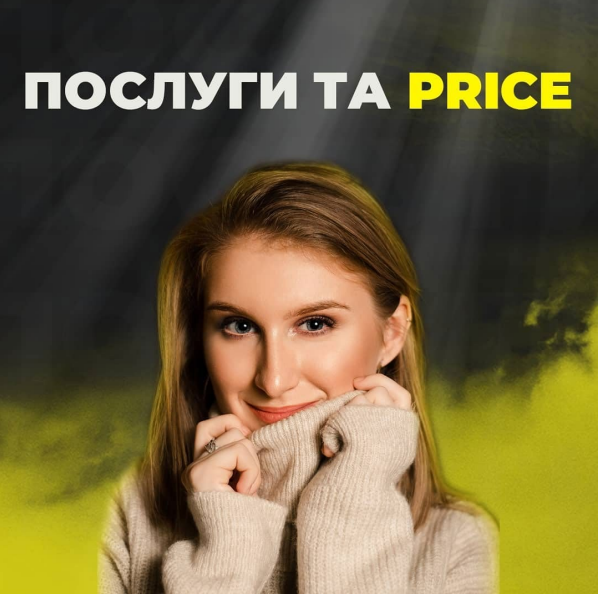


Контент-план

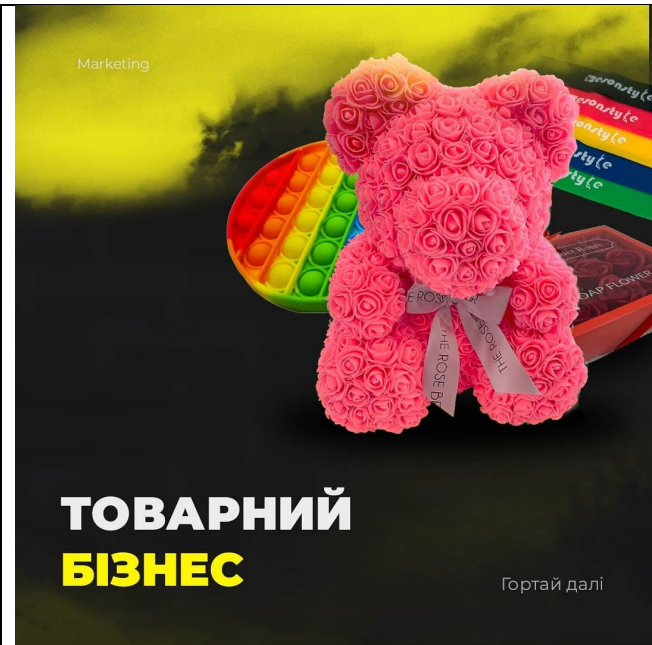
КОНТЕНТ-ПЛАН					
ДАТА	ДЕНЬ	Feed			
		Рубрика	Опис	Плейсмент	Статус
19.06.2021	СУБОТА	Про нас	Навчання	instagram	опубліковано
25.06.2021	П'ЯТНИЦЯ	Про нас	Власні проекти	instagram	опубліковано
01.07.2021	ЧЕТВЕР	Про нас	Досвід	instagram	опубліковано
15.07.2021	ЧЕТВЕР	Кейси	Кейс "Morozko"	instagram	опубліковано
27.07.2021	ВІВТОРОК	Кейси	Товарний бізнес	instagram	опубліковано
05.08.2021	ЧЕТВЕР	Кейси	Кейси для Go!Teens та	instagram	опубліковано
14.08.2021	СУБОТА	Про нас	Послуги та price	instagram	опубліковано
22.08.2021	НЕДІЛЯ	Кейси	Кейс для Student	instagram	опубліковано
30.08.2021	ПОНЕДІЛОК	Про нас	Знайомство	instagram	опубліковано

Пости для сторінки в «Instagram»

	<p>Познайомимось? 🙋</p> <p>Мене звати Анастасія, мені 22, я маркетолог 🤖</p> <p>Разом з командою я допомагаю різним проєктам/бізнесам/брендам полегшувати життя 😊</p> <p>За плечима 15+ співпраць із GoITeens, STUD-POINT, ZNO.UA, Фармак, Bussines ombudsman council, Кабінетом Міністрів України, Rive Gauche та іншими</p> <p>Чим можу бути корисна?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Продумую повністю стратегію просування; ▪ оформляю візуал та шапку для профілю; ▪ розробляю рекламні креативи (статичні та відео); ▪ пишу тексти (реklamні та для постів). <p>Підберімо разом комплексне рішення для вашого бізнесу)</p> <p>Тримаймо зв'язок в особистих повідомленнях ❤️</p>
	<p>Кейс для online STUD-FEST "IMPULSE"</p> <p>Перша робота CEO в ролі головного B2C маркетолога та керівника команди з 7 людей</p> <p>Крім того, обов'язками були 🙋</p> <ul style="list-style-type: none"> • Розробка маркетингової стратегії та формату фестивалю • Співпраця з інфопартнерами (Work.ua, rabota.ua, Happy Monday, Studway, Klitschko foundation) • Співпраця з 53 ВНЗ України

	<ul style="list-style-type: none"> • Ідеї для дизайну, меседжів, слоганів та текстів • Концепція та рекламна кампанія для двох безкоштовних кар'єрних марафонів • ТЗ для команди <p>Результати:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ 1200 зареєстрованих учасників ⚡ 2000 учасників загалом за 2 дні фестивалю ⚡ 20 інфопартнерів ⚡ 53 ВНЗ ⚡ 10 Email та SMS-розсилок <p>Багато публікацій про нас у ЗМІ</p> <p>*Фестиваль STUD-FEST "IMPULSE" - найбільший кар'єрний фестиваль України, що об'єднує пошукачів роботи та роботодавців</p> <p>Зв'язатись з нами можна в особистих повідомленнях♥ Щось і вам придумаємо та підберемо)</p>
<p>ПОСЛУГИ ТА PRICE</p> 	<p>Які послуги ми надаємо👉</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Стратегія, назва, УТП, аналіз конкурентів, слогани, рубрики, контент-план - від 1300 грн/дешевше, якщо одна із послуг ⚡ Написання текстів: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Рекламні - від 200 грн ▪ Для постів - від 80 грн/пост ⚡ Рекламні відео-креативи - від 400 грн ⚡ Статичні рекламні креативи - від 300 грн ⚡ Анімовані сторіс - від 90 грн ⚡ Дизайн профілю/візиток/банерів/поліграфії і тд - від 200 грн ⚡ Контент (оформлення профілю, відео і тд) - від 300 грн ⚡ Зйомка та монтаж відео - від 300 грн

	<p>⚡ Збір бази та Email-розсилка - від 100 грн за 1 розсилку</p> <p>⚡ Оформлення товарного бізнесу під ключ (детальніше у пості з такою назвою) - від 900 грн повністю/від 100 грн окрема послуга</p> <p>⚡ Консультація для вашого профілю - 250 грн/година</p> <p>Зв'язатись з нами можна в особистих повідомленнях ❤️</p> <p>Пишіть, обов'язково підберемо разом комплексне рішення для вас 🍷 Чим більше послуг - тим краща ціна)</p>
	<p>Кейси для GoITeens та Headway</p> <p>Два схожі за тематикою проекти, однаково цікаві у своїй реалізації 😊</p> <p>Що зроблено? 📁</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стратегія просування, аналіз ЦА та конкурентів • Контент-план та рубрики • Розробка дизайну стрічки для соціальних мереж та хайлайтс • Розробка креативів для реклами (формат сторіс) • Написання текстів, оформлення шапки профілю • Два 2D промо-ролики для GoITeens <p>Зв'язатись з нами можна в ЛС ❤️ Щось і вам придумаємо та підберемо)</p> <p>*Суцільна стрічка може бути не актуальною для вашого бізнесу</p>



Оформлення товарного бізнесу в Instagram під ключ🔑

Що входить?👉

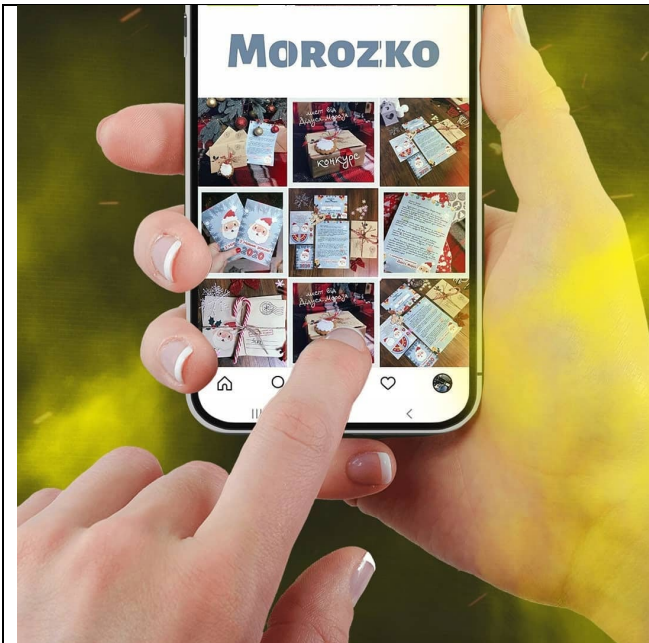
- УТП, аналіз конкурентів
- Концепція, дизайн сторінки, оформлення хайлайтс та шапки профілю (ТЗ для вашого чи нашого фотографа)
- Розробка креативів для реклами (відео та статичних)
- Написання рекламних та інформаційних текстів
- Налаштування телеграм-боту для автоматизації замовлень

✔️Маємо досвід роботи з товарами для жінок та дітей (іграшки-антистреси, еспандери для фітнесу, подарункові набори з троянд із мила, ведмедики із троянд)

Зв'язатись для прорахунку вартості та уточнення деталей можна в особистих повідомленнях ❤️

Пишіть, обов'язково підберемо щось на ваш бюджет💛

*Можливо окремо обрати потрібну вам послугу



Великий авторський проект, який провалився 😊

Так, бувають не лише перемоги, а і втрати - як фінансові, так і моральні:(

Свою історію розповідає CEO «КОМА» Тищенко Анастасія:

⚡ До нового 2020 року я підготувала хороший, як мені здавалось, проект - персональні листи від Дідуса Мороза для дітей (сам лист, іграшка на ялинку, грамота, листівка з відеопривітанням та новорічний смаколик)

Таааак, було прораховано усе, окрім попиту 😊

Виявилось, що запиту на такий товар майже немає, аналог можна зробити вручну, а часу на рекламу продукту повною мірою не було

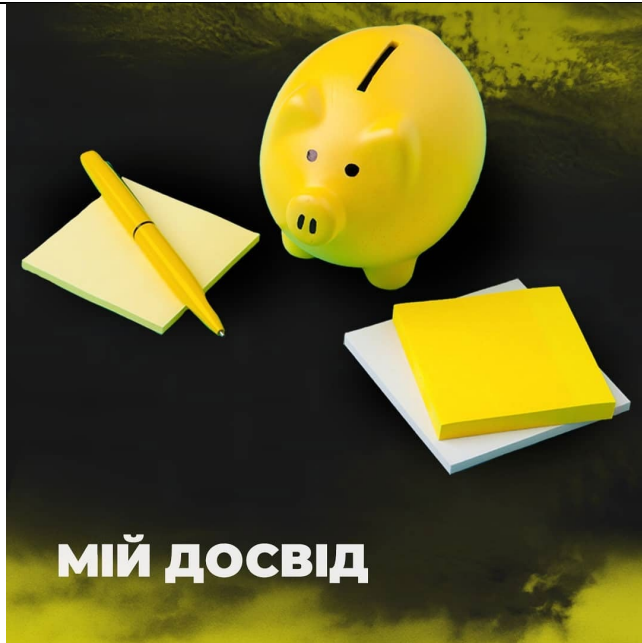
Незважаючи ні на що, Morozko дав мені баааагато досвіду і лише підтвердив важливість маркетингу та серйозного підходу до нього ☐

Було зроблено:

- Ідея, концепція, стиль
- Увесь дизайн
- Брендинг, назва, тексти
- Фотоконтент для сторінки
- Рекламні матеріали
- Налаштування реклами 😊

Більше такого фейлу не траплялось і, сподіваюсь, більше не буде)

Я думаю, що всі розуміють, що без падінь не бува і злетів ❤️



МІЙ ДОСВІД

За 3 роки ми встигли попрацювала з такими бізнесами/проектами/брендами, як 🖱

- STUD-POINT
- GoITeens
- Headway
- ZNO.UA
- Morozko
- Upowex_uman
- Gonor
- Фармак
- For dollar
- Radio BG
- НТІЖ
- Кабінет Міністрів України
- Pop_it_for_kid
- Bears_of_roses
- Gift for March 8
- ВОС
- Vage

⚡ Усі ці проекти різні за своєю специфікою та роботою, здійсненою для них (детальніше можна переглянути у хайлайтс)

Зв'язатись з нами можна в особистих повідомленнях ❤️

Пишіть, обов'язково підберемо разом комплексне рішення для вас 🧡

ВЛАСНІ ПРОЄКТИ



MARKETING

Про досвід розвитку своїх проєктів розповідає CEO агенції «Кома»:

Моєю мрією завжди було працювати на себе ☐ (спойлер - це важко 😊)

З моменту вступу на спеціальність "Реклама та зв'язки з громадськістю" у 2016 році я постійно використовувала набуті знання на практиці 🖱️

🔗Онлайн-магазин "This is наклейка" - виробництво і продаж стікерів (реклама в групі ВК 😊) 2016 рік

🔗Мій перший серйозний проєкт - літо 2018 - [prowex_uman](#) - продаж еспандерів для фітнесу (фішка в тому, що ми продавали їх поштучно у коробочках з мотивуючими написами)

🔗Маркетолог командного стартапу [Bage](#) (зайняли 2 місце в [@uерincubators](#))

🔗3 власні тимчасові проєкти з товарного бізнесу (можна подивитись у пості з такою назвою)

🔗Літо 2020 - магазин жіночого одягу - [GONOR](#) 🐱

Такий мій досвід. Скажу, що працювати самотужки мені уже набридло:) Так, власна справа - це завжди класно, але вигоріти можеш швидко і знатно 🔥

ДЕ Я НАВЧАЛАСЬ?

Все почалось з того, що...



Гортай далі

Досвід навчання SEO Тищенко Анастасії

Багато хто дотримується думки, що ВИШка нікому зараз не потрібна і все одно будеш працювати не за спеціальністю

Доля правди в цьому є, та в мене вийшло трішки по-іншому 😊

У моєму арсеналі:

- Київський університет Бориса Грінченка (реклама та зв'язки з громадськістю, режисер реклами)

- КНУ імені Тараса Шевченка (управління медіапроектми)

⚡ Закінчила курси з 2D-анімації у @pixel.blog та @motiontv.ru

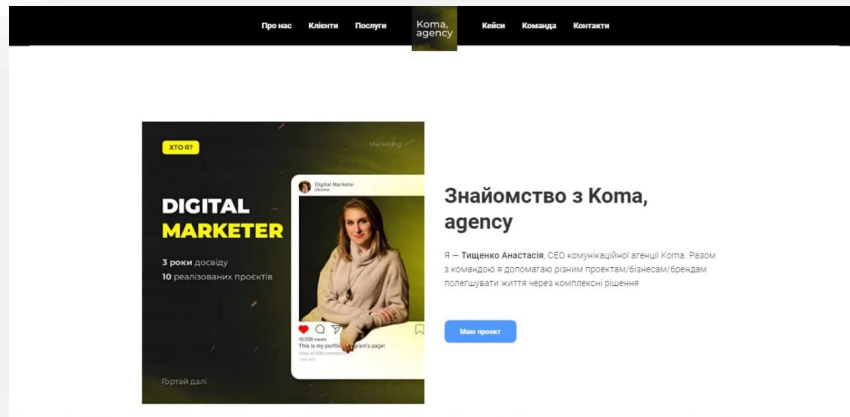
⚡ Проходила інтенсиви від агенції Wishdo та Digital School від STUD-POINT

⚡ Постійно навчаюсь та читаю

Крім того, маю психологічну освіту, тому зі мною вам буде не тільки комфортно працювати, а й спілкуватись ❤️

Зв'язатись зі мною можна в особистих повідомленнях ❤️

Сайт



ВІД РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ РІШЕНЬ ДЛЯ БІЗНЕСІВ КЛІЄНТІВ



Вражаємо контентом



Підсилюємо бренди



Знаходимо аудиторію



Розробляємо стратегію



Показуємо результати



Слідкуємо за трендами

Клієнти



Послуги



Проект

- Стратегія
- УТП та слоган
- Аналіз конкурентів
- Контекст-план та рубрики
- Діагностика приймати важливі рішення
- Разові консультації



Цільова аудиторія

- Налаштуємо рекламу на вашу аудиторію
- Збір бази та Email/SMS-розсилка



Контент

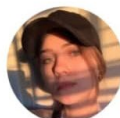
- Статичні рекламні креативи/реklamні відео-креативи
- Написання текстів (реklamних та для постів)
- Дизайн профілю
- Зйомка та монтаж відео
- Контент для профілю (пости та сторія)



Команда



Анастасія Тищенко
SEO



Марина Слободянюк
Копрайтер



Богдан Баша
Дизайнер



Дмитро Гапон
Таргетолог

Хочете співпрацювати?

Отримайте безкоштовну консультацію!

Е-пошта


Телефон

Ім'я

Завдання

КАМІОН

Бриф для клієнта





Бриф для співпраці з Koma agency

Добрий день!

Ця форма створена для того, аби познайомитись детально з вашим проектом та дізнатись чим ми будемо вам. Будь ласка, заповніть усі поля.

Сподіваємось на ефективну співпрацю!

 anastasiatyshchenko1@gmail.com (не зв'язано)
[Змінити обліковий запис](#) 

Ваше ім'я

Ваша відповідь _____

Назва компанії, ваша посада

Ваша відповідь _____

Посилання на сайт та/або соцмережі компанії

Ваша відповідь _____

Розкажіть про ваш проект та опишіть ситуацію рараз. Чи є у вас маркетингова стратегія? Що подобається? Що не подобається? Що й чому хотіли б змінити?

Ваша відповідь _____

Які завдання ставите перед нами?

Ваша відповідь _____

Які послуги вам цікаві?

- Комплексне просування та розробка контенту
- Зйомка відео/розробка дизайну
- Налаштування реклами
- Створення стратегії
- Консультація для нашого проекту
- Нам потрібне все!
- Інше: _____

Додаткові питання та коментарі

Ваша відповідь _____

Надіслати [Очистити форму](#)

Бриф на розробку сайту

Дата заповнення | 05.06.2021

Інформація про компанію

Назва компанії	Комунікаційна агенція «Koma agency»
Основні продукти та послуги, що надаються	Просування у соціальних мережах, створення маркетингової стратегії, розробка контенту, налаштування реклами

Способи зв'язку

Контактна особа	Анастасія
Телефон	+38 095 057 42 18
Email	Anastasiatyshchenko1@gmail.com

Дизайн

Логотип компанії	
------------------	------------------------------------------------------------------------------------

Фірмові кольори	Чорний, білий, жовтий
-----------------	-----------------------

Ідеї

Ідеї, які хочеться втілити в дизайні?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Використання фірмового стилю 2. Темний фон 3. Емої
---------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Що ви категорично не хочете бачити в дизайні сайту?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стокові зображення 2. Нечитабельний текст 3. Нескінченний скролінг 4. Використання застарілих технологій 5. Відсутність єдиного стилю в типографіці
-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Функціонал

- Форма для зворотного зв'язку
- Фотогалерея
- Email-розсилка
- Висока швидкість завантаження сторінки;
- Наявність мобільної версії сайту;

- Англійська та українська версії сайту.

Розділи майбутнього сайту

Знайомство з Koma agency

Від розробки стратегії до впровадження ефективних рішень для бізнесів клієнтів

Клієнти

Послуги

Кейси

Команда

Форма для співпраці

Контакти

Подальший розвиток і реклама

Хто буде здійснювати підтримку та оновлення сайту?

Модератор

Чи планується просування сайту в пошукових системах?

Так

Бюджет і терміни

Вкажіть межі бюджету на розробку сайту

До 5 тис. грн

Вкажіть бажаний і обов'язковий терміни здачі проєкту

1 липня 2021 року

Вкажіть межі передбачуваного щомісячного бюджету на просування і рекламу сайту

2 тис. грн

