**КАРТА ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Как этот проект вписывается в общую стратегию?** | Актуально для большой компании |
| **Команда** | блог |
| **Владелец проекта** | all |
| **Участники команды** | Аналитик - Айя IT - Ростислав Design - Настя Production / Content - Саша Strategy - Алексей Marketing - Давид |
| **Дата** | 30.09.2022 |
| **Статус** | Начато |

**Раздел проблемы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Зачем мы это делаем?** |  | Сфера блогинга по-прежнему остается перспективной для развития проектов, поскольку сохраняется высокий темп прироста новой аудитории на разных площадках.  рынок перенасыщен  Огромная часть аудитории, пришедшей недавно, потребляет контент очень узкого профиля.  нет обучающего контента  Низкое качество большой части контента.  Мало доступного контента, сделанного профессионально.  Дефицит честного и уважительного отношения к зрителю или читателю.  Высокая концентрация скандального контента. |
| **Как мы оцениваем успех?** |  | Получить 10 000 подписчиков за первые полгода после запуска блога.   Окупиться за 2,5 года.  Получить высоколояльную аудиторию (много комментариев, лайков и просмотров относительно количества подписчиков)  сарафанное радио |
| **Какие возможные решения существуют?** |  | Делать простой для восприятия, но при этом качественный контент.  Быть последовательными в продвигаемых идеях и ценностях.  продумать маркетинговую стратегию, которая  охватывает разные каналы продвижения   деловая переписка (настройка коммуникации с клиентом) создание лояльности клиента обратная связь для клиентов  бесплатная услуга для привлечения клиента (для рекламодателей)  Делать основной упор на сценарий и тексты.  бесплатные курсы - познавательные материалы - интерактивный образовательный контент видео блог - критический разбор конкурентов видео с терминами - объяснение простыми словами  Избегать скандалов. Обозревать подобные темы исключительно аккуратно.  То есть нужно делать максимальный упор на лояльность аудитории. |

**Проверка**

|  |  |
| --- | --- |
| **Что нам уже известно?** | есть приток новой аудитории  мало доступного, но качественного контента  таргет и контекст работают  слабая вовлеченность в соцсетях  перенасыщать нельзя - будет в минус проекту  люди покупают у людей (нужен образ команды) |
| **На какие вопросы нужно найти ответ?** | Какую тематику контента стоит выбирать, исходя из нынешних предпочтений аудитории.    Какие предположения мы делаем, которые необходимо подтвердить/опровергнуть?  Какие вопросы повысят нашу уверенность в принятии необходимых решений?  Каковы пробелы в нашем понимании? |

**Переходим к выполнению**

|  |  |
| --- | --- |
| **Что мы делаем?** | что мы можем дать этой отрасли какова наша миссия какая цель / задача проекта |
| **Зачем это нужно клиенту?** | Хорошо, если в этом процессе участвуют менеджмент продукта или маркетинг: рекламный плакат, пресс-релиз и тд |
| **Наглядно представьте решение** | Введите «/изображение», чтобы добавить снимки экрана, и «/ссылка», чтобы добавить материалы, которые иллюстрируют то, над чем вы работаете. Хорошо бы задействовать дизайнеров: эскизы на белой доске, карта путешествия, демонстрация от начала до конца. |
| **Масштаб и область применения** | S |