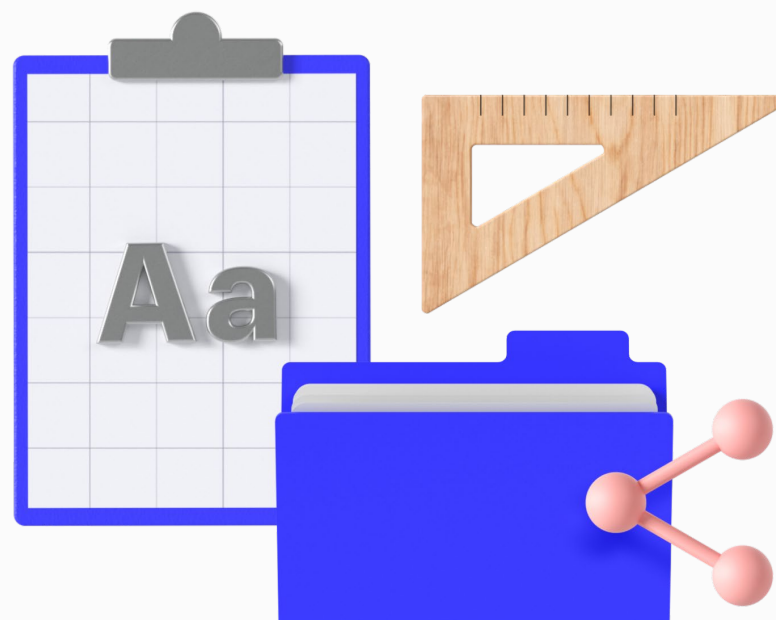


**Определить  
боли и ключевые  
сообщения**

Определить боли и ключевые сообщения

# Цель

Сформировать боли и ключевые сообщения для концепции продвижения.



Изображение: Skillbox

Определить боли и ключевые сообщения

# Задачи

- ✓ Выделить боли на основе критериев
- ✓ Сформулировать ключевые сообщения
- ✓ Разложить ключевые сообщения на SMM-инструменты

Определить боли и ключевые сообщения

# Из чего состоит концепция продвижения

## Концепция продвижения

«Боли» аудитории



Ключевые сообщения



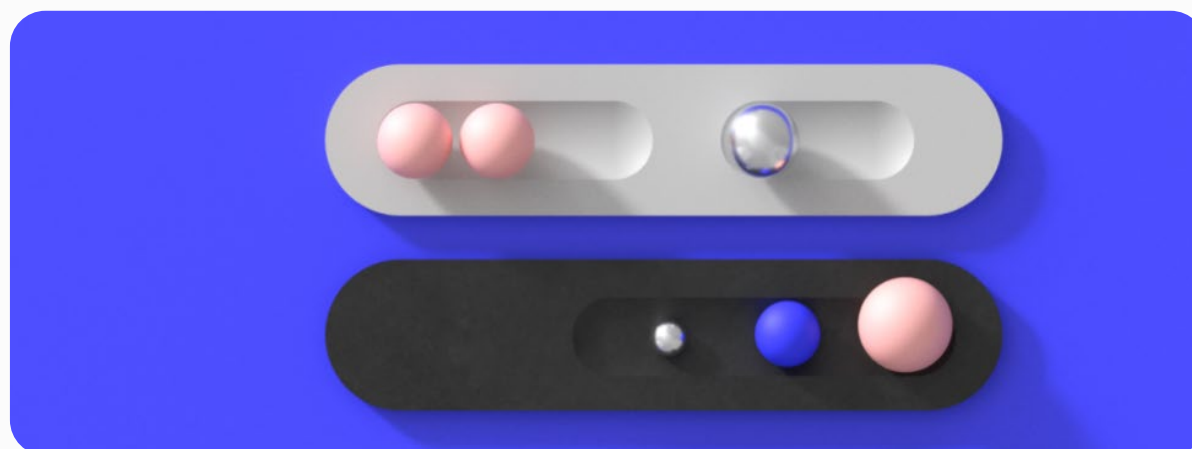
Адаптация к SMM-инструментам

Определить боли и ключевые сообщения

# Для чего нужна концепция продвижения

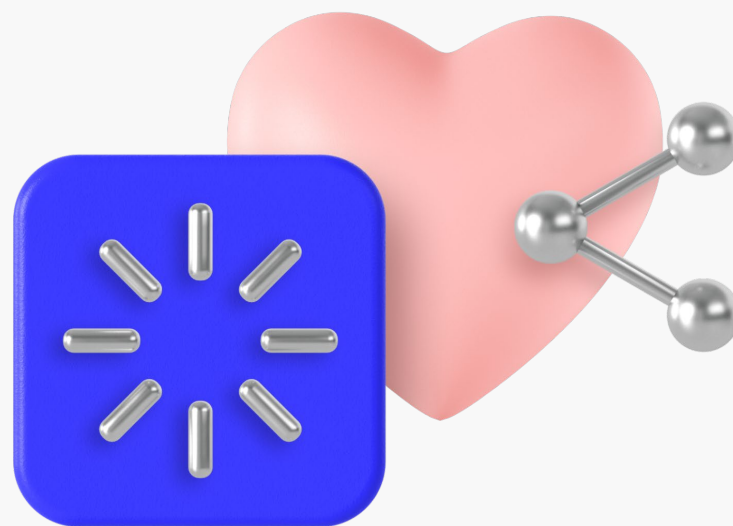
Выделить фокус внимания: какая главная миссия сообщается через инструменты продвижения.

- Правильно соотнести SMM-продвижение с деятельностью компании
- Описать «боли» аудитории и их решение от компании
- Обозначить ключевые сообщения для контента и рекламы



Изображение: Skillbox

# Боли и ключевые сообщения



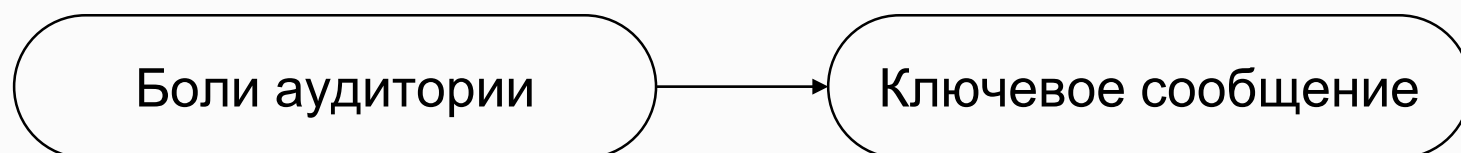
Изображение: Skillbox

Определить боли и ключевые сообщения

# Что такое боли и ключевые сообщения

**Боли** — дискомфорт, проблемы, страхи, с которыми сталкиваются реальные или потенциальные покупатели продукта/услуги.

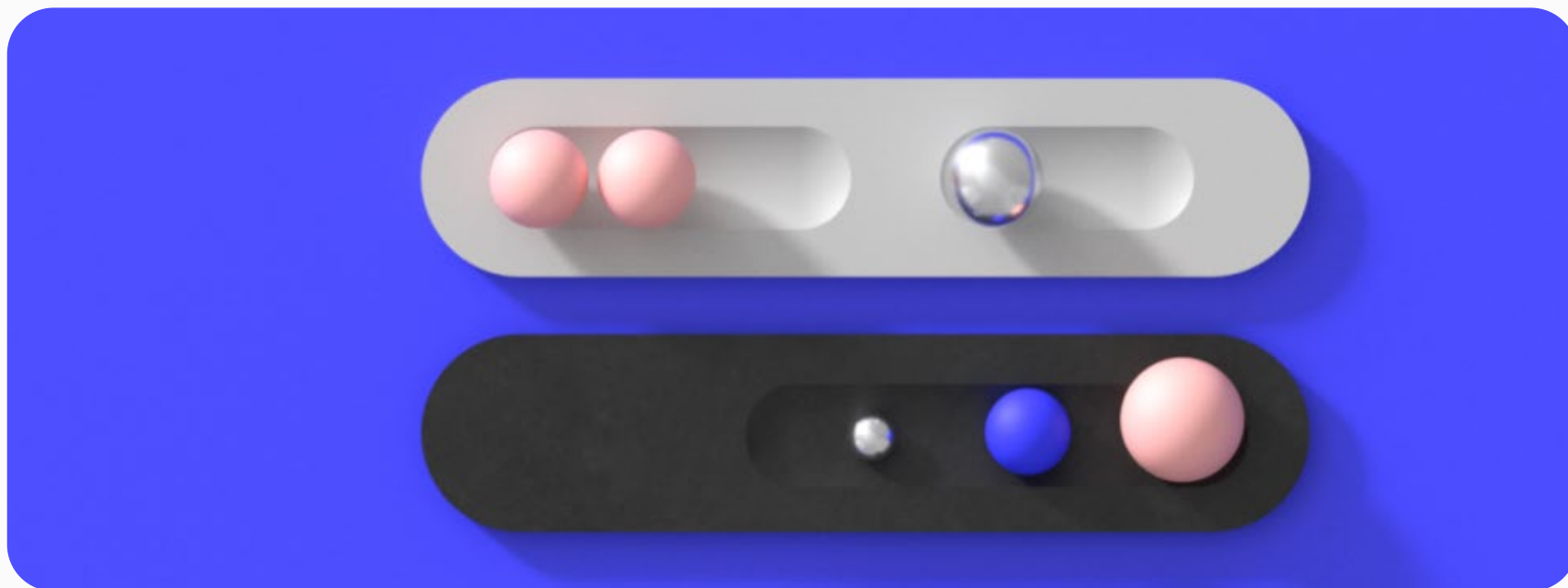
**Ключевые сообщения** — существующие способы компании закрыть эту проблему.



Определить боли и ключевые сообщения

# Откуда брать информацию

- Ответы заказчика в брифе
- Продуктовые характеристики портрета аудитории



Изображение: Skillbox



# Пример ключевых сообщений для недвижимости

Боли	Ключевые сообщения
<ul style="list-style-type: none"><li>• Накинут цену за несуществующие услуги</li><li>• Долго ждать окончание стройки</li><li>• Так и не получу ключи</li><li>• Качество квартиры и самого дома будет ужасным</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Прозрачный этап составления договора: пропишем подробно смету, после заключения ничего не поменяется</li><li>• Стройка любого нашего ЖК длится 3 года</li><li>• Гарантируем получение квартиры или поможем подобрать другую за более низкую стоимость</li><li>• Качественные материалы и высокотехнологичный подход</li></ul>

# Пример ключевых сообщений для кофейни

Боли	Ключевые сообщения
<ul style="list-style-type: none"><li>• Долго делают кофе</li><li>• Неудобно добираться</li><li>• Получу слишком горячий напиток</li><li>• Не найду места, чтобы посидеть и поработать</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Среднее время приготовления кофе у нас — 2 минуты</li><li>• Находимся в пешей доступности от метро «Новокузнецкая»</li><li>• Контролируем температуру напитка и делаем её по вашим пожеланиям, а в кафе есть карта температур</li><li>• Делимся интернетом, есть розетки, а столик можно заранее забронировать</li></ul>

# Адаптация ключевого сообщения

Делимся интернетом, есть розетки,  
а столик можно заранее забронировать



## Упаковка

- Кофейня для тех, кто работает удалённо
- Ваш коворкинг с вкусным кофе



## Контент

- Фотографии заведения
- Инструкция по бронированию
- Отзывы посетителей



## Продвижение

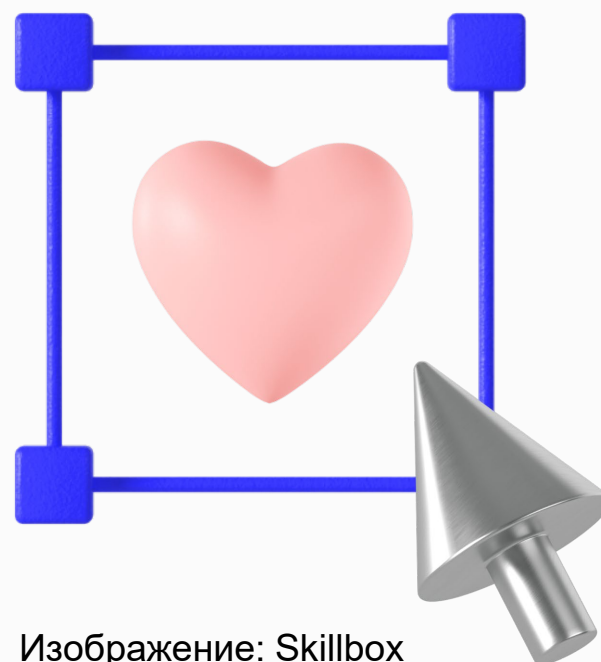
- Реклама на жителей рядом с кафе или сотрудников определённой компании с удалённым форматом работы
- Интеграция в сообщества с удалённой работой

Определить боли и ключевые сообщения

# Выводы

Чтобы сформировать концепцию продвижения:

- ✓ На основе анализа сегментов определите ключевые боли — дискомфорт, проблемы, страхи, с которыми сталкиваются реальные или потенциальные покупатели продукта/услуги
- ✓ Сформируйте ключевые сообщения — способы компании закрыть эту проблему
- ✓ Разложите ключевые сообщения на SMM-инструменты



Изображение: Skillbox