

Интернет-магазин одежды для собак



VafVaf.ru



ПРОБЛЕМА

SMM (Маркетинг в социальных сетях) – процесс привлечения или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Основной упор в SMM делается на создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора. Сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей услуги.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней. Данная схема в наименьшей степени затрагивает незаинтересованных в этой рекламе людей.

Работа в социальных медиа – самый массовый из новых сегментов медиарынка. Уже трудно найти компанию, которая не имела бы SMM-менеджера в штате или на фрилансе: на SMM менеджеров большой спрос, от претендентов много предложений.

КЕЙС «SMM-менеджер»

Мы оденем ваших любимых питомцев доступно, практично и стильно!

Интернет-магазин VafVaf.ru понимает вас в этом желании не один год на рынке. Мы успели изучить все потребности четверолапых кокеток и джентльменов.

Задание

Проанализировать активность интернет-магазинов, реализующих одежду для собак, в социальных сетях (*Одноклассники, ВКонтакте, Facebook, Twitter и т.д.*).

Подготовить список рекомендаций по продвижению продукции интернет-магазина VafVaf.ru в социальных сетях.

Требования к решению

Текстовый файл в формате doc или docx, содержащий следующую информацию: сравнительная таблица активности в социальных сетях различных интернет-магазинов конкурентов (см. таблицу). Количество обзереваемых магазинов – не менее 5, количество социальных медиа – не менее 3.

Наименование социальной сети	Наименование интернет-магазинов				
	Магазин №1	Магазин №2	Магазин №3	Магазин №4	Магазин №5
Социальная сеть №1					
Социальная сеть №2					
Социальная сеть №3					

Перечень рекомендаций по продвижению продукции с указанием рекламных инструментов и носителей. Каждый представленный пункт должен быть обоснован, количество пунктов – не менее 5.