

КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

ЭТАП 1. ПОДГОТОВКА.

1. Брендинг

Сформировать четкий имидж бренда и определить целевую аудиторию, с которой предстоит взаимодействовать — задача с большим комплексом действий, как на нулевом этапе продвижения, так и в долгосрочной перспективе.

1.1. Нэйминг

Уникальность, ассоциативность услуге, стиль, запоминаемость, адаптивность, современность, рекламопригодность, эмоциональный окрас (психолингвистика), возможность формирования товарного знака, наличие свободных созвучных доменов — ВСЕ!!! параметры должны соответствовать заданному уровню при создании имени бренда.

1.2. Логотип

Функциональность, лаконичность, информативность, оригинальность и уникальность, импрессиивность, запоминаемость, соответствие статусу, универсальность использования - ВСЕ!!! параметры должны соответствовать заданному уровню при создании графического символа бренда.

1.3. Фирменный стиль (айдентика)

Знак услуги (семантический, графический, пространственный, звуковой), слоган, шрифты (текстовые знаки), цвет, брендбук (свод правил использования фирменного стиля на носителях), бренд-персонаж(и).

2. Средства интернет коммуникаций

2.1. Сайт

Созвучный названию домен, юзабилити, проработка поведенческих алгоритмов, систематизация страниц по задачам — продающие, информационные, форумы, каталоги, прайс и т.п., адаптация для мобильных устройств, контент, в соответствии фирменному стилю и сформированный под задачи SEO, настроенная онлайн регистрация.

2.2. Аккаунты и сообщества в соцсетях