



## ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ЦЕНТРОВ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФЕРМЕРОВ И КООПЕРАТОРОВ В СОЦСЕТЯХ И СМИ

**Спикеры:** Самохвалова Ольга, Шаповалова Виктория

Самохвалова  
Ольга Александровна

SMM стратег, SMM-специалист,  
контент-мейкер, специалист по  
личному бренду




# Шаповалова Виктория Валерьевна

основатель маркетингового  
агентства Still Agency, маркетолог,  
SMM-специалист, SMM-стратег,  
продюсер мероприятий



## Программа семинара:

- 
- Информационная политика
  - Личный бренд
  - Целевая аудитория
  - Площадки продвижения
  - Виды продвижения
  - Качественный контент и его виды
  - Создание контента
  - Целеполагание в социальных сетях
  - Социальная реклама
  - Стратегия продвижения
  - Практика

# Что такое информационная политика?

**Информационная политика ЦК, фермеров, кооперативов и их сообществ**

**Информационная политика** — деятельность по производству, распространению и интерпретации информации, результатом которой должен явиться синтез интересов государственного аппарата и гражданского общества, являющийся залогом всеобъемлющей безопасности страны.

Объектами государственной  
информационной политики являются:





Центры компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации **оказывают информационную, консультационную и методическую помощь** вновь открывающимся и действующим кооперативам по вопросам организации и осуществления деятельности кооператива, получения существующих мер государственной поддержки. А значит, они **имеют большую роль в развитии этих направлений.**

И от грамотного продвижения в различных медиа будет зависеть успех деятельности и роста кооперативов, сообществ.



# Позиционирование и формирование личного бренда

## Личный бренд

— это публичный образ человека/бизнеса/продукта/сообщества, построенный на определенных ценностях, принципах и навыках с целью продвижения своего бизнеса, себя как специалиста или продуктов и услуг.



Как формирование личного бренда  
может помочь Центрам Компетенций?



# Что помогает создавать личный бренд?





Для успешного создания личного  
бренда необходимо знать свою  
аудиторию

### Целевая аудитория

— это группа людей со схожими потребностями и интересами, которые компания может удовлетворить путем реализации своих продуктов.

# Как определить свою целевую аудиторию?



**У одного и того же продукта / услуги может быть  
разная Целевая Аудитория**





# Типология аудиторий

## Визуал

**приоритеты:**

эстетическая подача,  
визуальный ряд,  
наслаждение для  
глаз, восторг от  
картинки

## Перфекционист

**приоритеты:**

высокое  
качество, статус, всё  
должно быть  
идеально, хочет всё  
лучшее сразу

## Прагматик

**приоритеты:**

польза  
и эффективность  
товара/услуги, от  
вложения денег

## Экономист

**приоритеты:**

цена,  
выгодная сделка,  
соответствие рынку,  
скидки, спец условия,  
дешевизна

## Трендсеттер

**приоритеты:**

быть  
первым, вызвать  
реакцию окружающих,  
привлечь внимание,  
нестандартный подход

## Зависимый

**приоритеты:**

повторить за  
кумиром, пойти за  
лидером мнений,  
быть как все



Какие существуют площадки продвижения?





Продвижение на каждой из этих площадок имеет свои **особенности**

Выбор площадки для продвижения будет зависеть от ваших **целей и задач**, которые необходимо решить.

Для привлечения молодых людей к теме сельского хозяйства и фермерства необходимо сместить фокус продвижения в сторону социальных сетей.

## Какие существуют виды продвижения: бесплатные и платные





Для популяризации темы развития сельского хозяйства и интереса к ней в обществе **необходимо создать инфополе**, в котором молодые люди смогут в удобном для себя формате потреблять контент и погружаться в данную тему.

## Какие существуют виды контента?

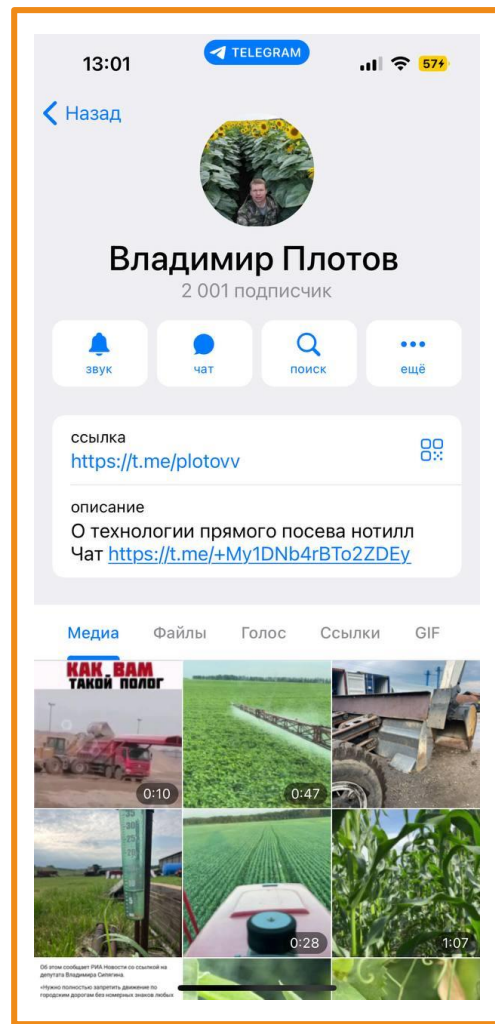


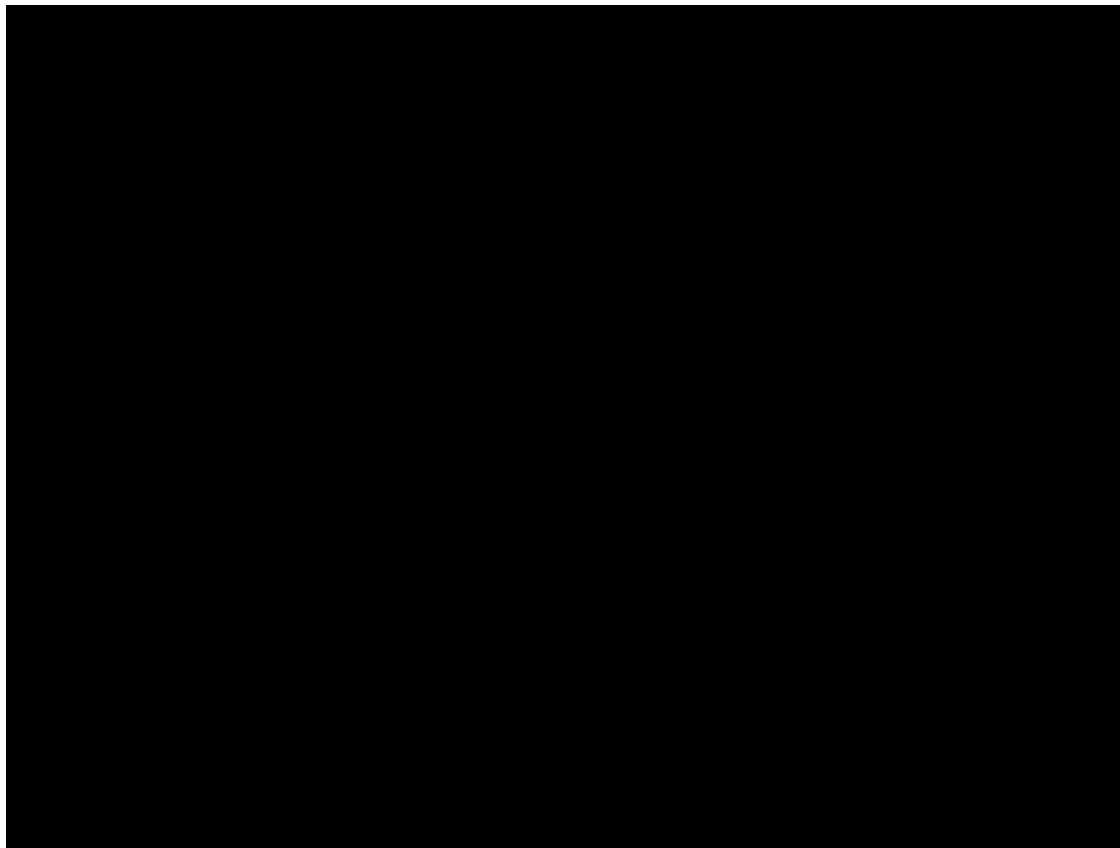


По последним исследованиям и статистическим данным видеоформат имеет больший охват аудитории и вызывает больше обратной связи

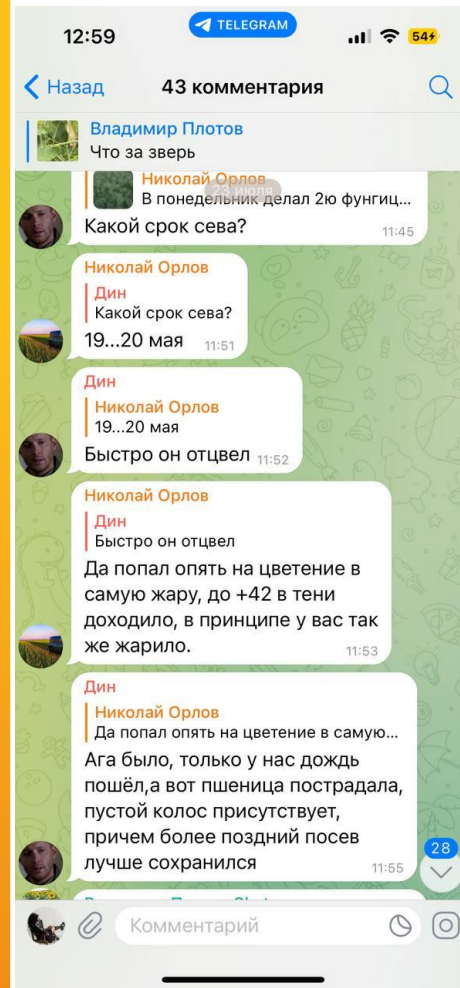
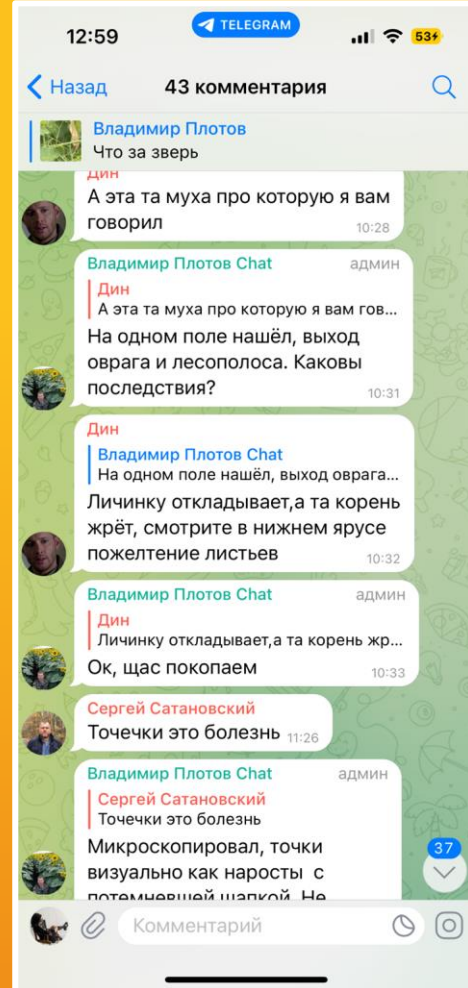
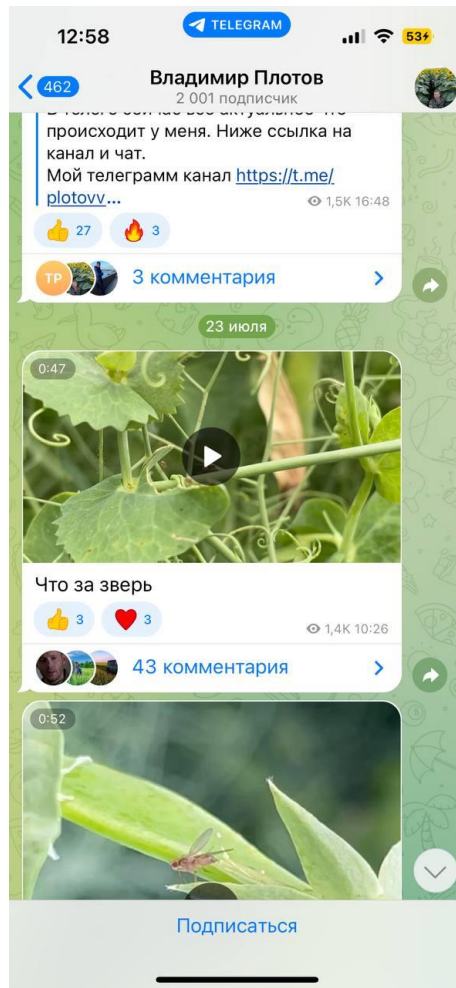
Короткие видеоролики 5 — 30 секунд сейчас хорошо просматриваются и набирают охваты. Данный вид контента адаптирован под любую площадку в социальных сетях.

Вот пример  
Владимира Плотова,  
который продвигает  
свой ТГ канал

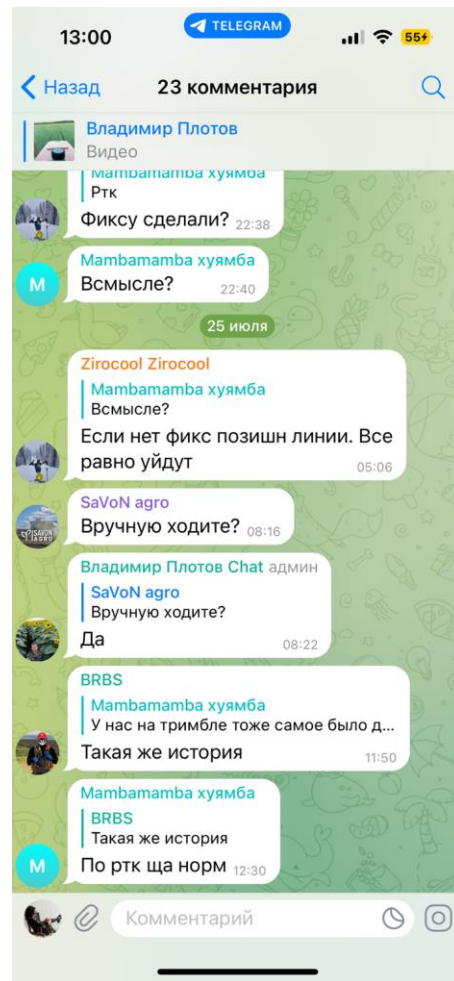
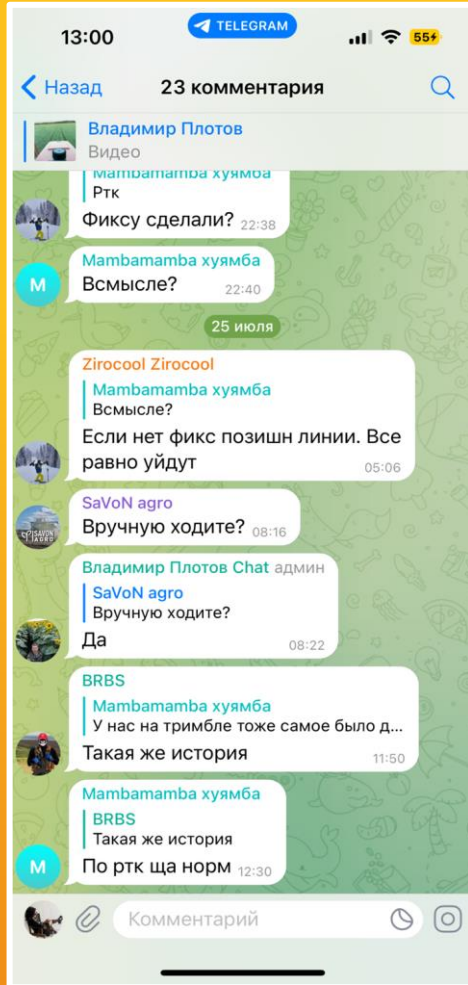
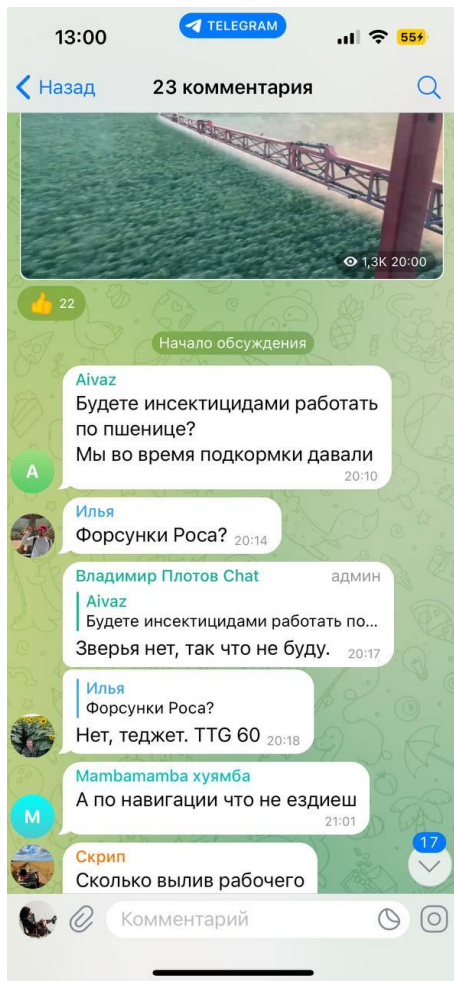












# Что необходимо для создания качественного контента



## Целеполагание в социальных сетях

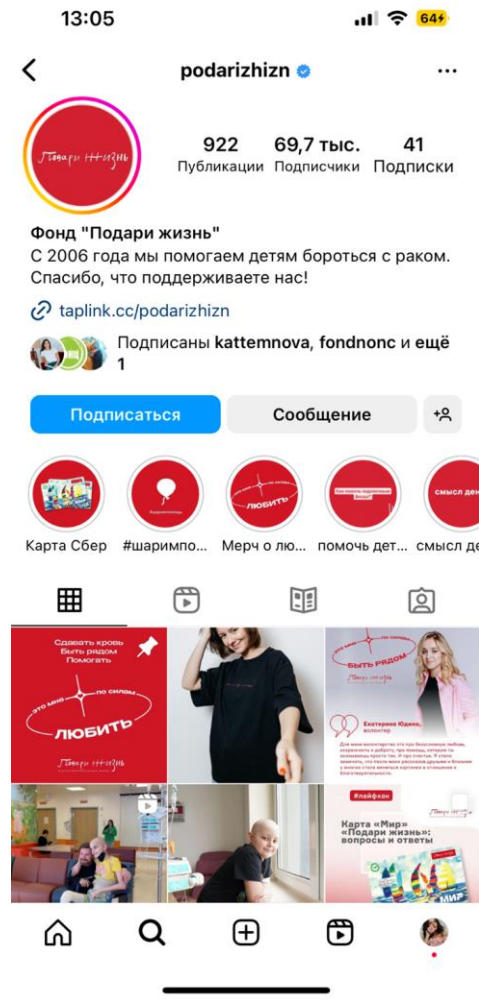
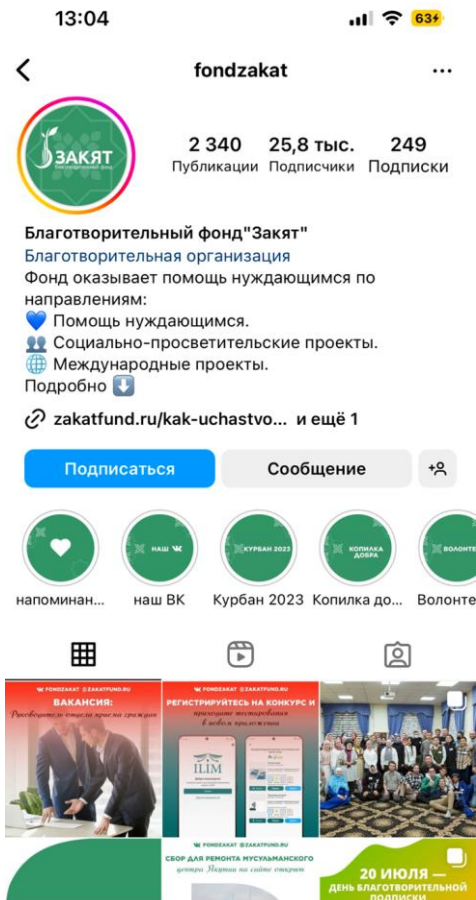
### Важно

Для успешного продвижения сообщества / бренда в медиа необходимо грамотно поставить цели.



Какие цели могут быть  
реализованы при продвижении





## Какие инструменты они используют?

- Создание информационного поля (информирование о теме, создание качественного контента)
- Работа с лидерами мнений / блогерами
- Проведение различных мероприятий
- Социальная реклама

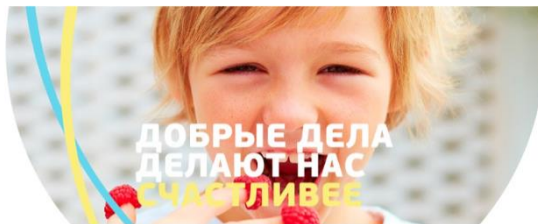


## СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

— это реклама, направленная на **изменение моделей социального поведения и привлечение внимания** к общественно значимым явлениям и проблемам.

Социальная реклама представляет собой особую форму неличного представления и продвижения социальных идей, поведения и практик, способствующих как гуманизации общества в целом, так и достижению отдельных целей, полезных с точки зрения общественного блага.

Введите запрос



Благотворительный фонд  
**СОЗВЕЗДИЕ СЕРДЕЦ**

СДЕЛАТЬ ПОЖЕРТВОВАНИЕ



## Благотворительный фонд СОЗВЕЗДИЕ СЕРДЕЦ

@sozvezdieserdeс 7 тыс. подписчиков 125 видео

СДЕЛАТЬ ПОЖЕРТВОВАНИЕ: <https://securecardpayment.ru/sc/iCEEXBG...>

Подписаться

ГЛАВНАЯ

ВИДЕО

ПЛЕЙЛИСТЫ

СООБЩЕСТВО

КАНАЛЫ

О КАНАЛЕ



Видео ▶ Воспроизвести все



Открытие инклюзивной  
студии Белый воробей г....

98 просмотров  
• 8 месяцев назад



Благотворительный забег  
Достигая цели СОЗВЕЗДИ...

135 просмотров  
• 10 месяцев назад



В Черновском детском  
доме появился детский...

231 просмотр  
• 11 месяцев назад



Передвижная выставка  
Добрый Новосибирск в...

64 просмотра • 1 год назад



Новогодние песни  
СОЗВЕЗДИЕ СЕРДЕЦ

163 просмотра • 2 года назад



# МЫ ПОМОГАЕМ ПОДРОСТКАМ-СИРОТАМ

[Сайт](#)

Арифметика добра

@arifmetika\_dobra 6,61 тыс. подписчиков 358 видео

Благотворительный фонд «Арифметика добра» занимается системн... >

[Подписаться](#)[ГЛАВНАЯ](#)[ВИДЕО](#)[SHORTS](#)[ТРАНСЛЯЦИИ](#)[ПЛЕЙЛИСТЫ](#)[СООБЩЕСТВО](#)[КАНАЛЫ](#)[С](#)[>](#)

Как работают ваши деньги



0:00 / 1:40



Как работают ваши деньги

2 946 просмотров • 5 лет назад

"Я пожертвовал пятьсот рублей. Куда пойдет мой вклад?" - нам часто задают этот вопрос, и он всегда нас радует! Значит, человеку действительно важно помочь детям. "Арифметика добра" представляет мультфильм "Как работают ваши деньги?", снятый совместно и интернет-журналом "Постнаука". В нем ясно показан путь каждого пожертвования. Вкладывайтесь в добрые дела осознанно... [ПОДРОБНЕЕ...](#)



## СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ

— **это план действий**, который помогает довести информацию о продукте/компании до аудитории, сформировать позитивный образ бренда/компании и стимулировать посетителей к покупкам и взаимодействию.

## Из чего состоит стратегия?



## Что важно учитывать при разработке стратегии продвижения





## ПРАКТИКА

1. РАССКАЖИТЕ О СВОЕМ СООБЩЕСТВЕ
2. ОПРЕДЕЛИТЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ
3. НА КАКИХ ПЛОЩАДКАХ БУДЕТ ПРОДВИЖЕНИЕ
4. ВИД КОНТЕНТА И ТЕМАТИКИ
5. ТИП ПРОДВИЖЕНИЯ (ПЛАТНЫЕ И БЕСПЛАТНЫЕ)
6. КОМАНДА И ЗОНЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

# Благодарим за внимание!

**Самохвалова Ольга**



Напишите в Директ и получите  
чек-лист по упаковке профиля



**Шаповалова Виктория**



Напишите в Директ и получите гайд  
по трендам контента в 2023 г

