

MEDIA PROJECT

WTF!?

руководство для





LEVEL

1/4

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ
ПОДВОДКА

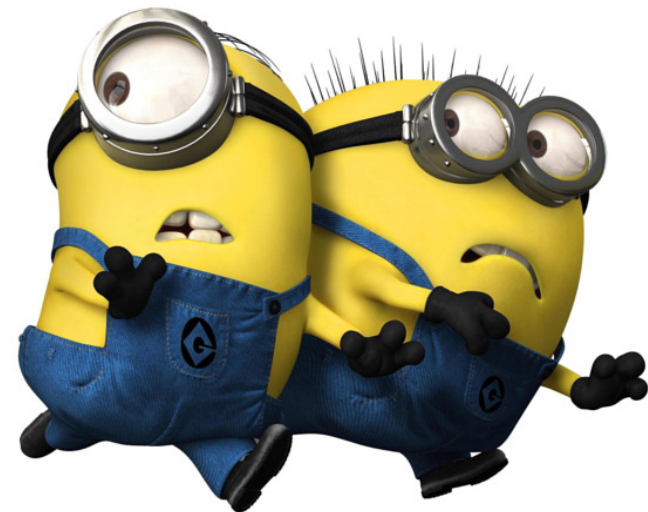
WTF!?! MEDIA STRATEGY

ЧТОБЫ ПОНЯТЬ ЧЕГО ХОЧЕТСЯ
НУЖНО ОГЛЯНУТЬСЯ ВОКРУГ
ТО, ЧТО ВЫ ЛЮБИТЕ - ЛЕЖИТ НА
ПОВЕРХНОСТИ



STEP 2 MEDIA PROBLEM

ОПРЕДЕЛИТЕ ПРОБЛЕМНУЮ
ОБЛАСТЬ ВЫБРАННОГО ОБЪЕКТА



PROBLEMS

ЕСЛИ ПОСТОЯННО БЕГАЕТЕ ОТ ПРОБЛЕМ И НЕ
ЗНАЕТЕ ВРАГА В ЛИЦО

wikiHow



Узнать подробнее о том, как ОПРЕДЕЛИТЬ ПРОБЛЕМУ

<http://ru.wikihow.com/определить-проблему>

STEP 3 MEDIA COMPETITOR

ПРОВЕДИТЕ КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОНКУРЕНТ ~~≠~~ ВРАГ

[Учитесь у своего конкурента, потому что он будет учиться у вас]



STEP 4 MEDIA target audience

КТО ВАША АУДИТОРИЯ?



ВОЗРАСТ

ПОЛ

ОБРАЗ ЖИЗНИ

ИНТЕРЕСЫ

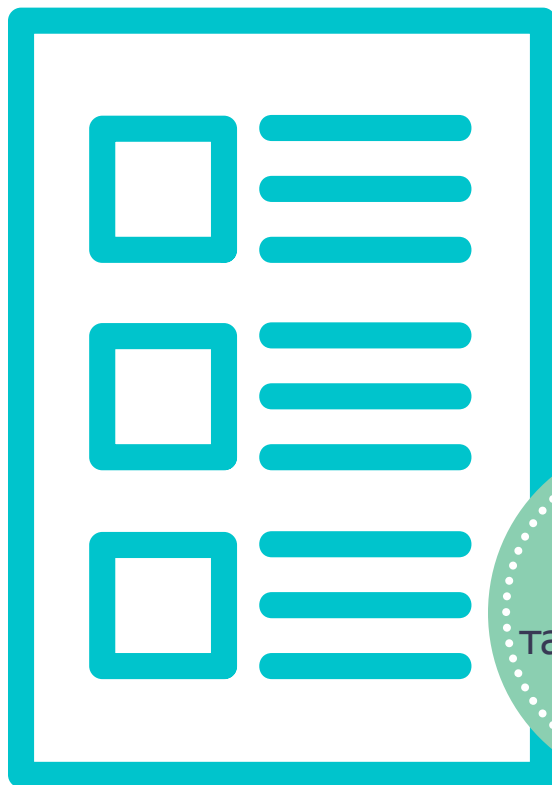
ГЕОГРАФИЯ

STEP 5 MEDIA PSYCHOLOGY MAKE-UP



STEP 6 MEDIA BRIEF

Если бриф тщательно продуман, заполнен полноценно и правильно, он позволяет достичь наиболее высоких результатов.



какой бриф
такой и креатив





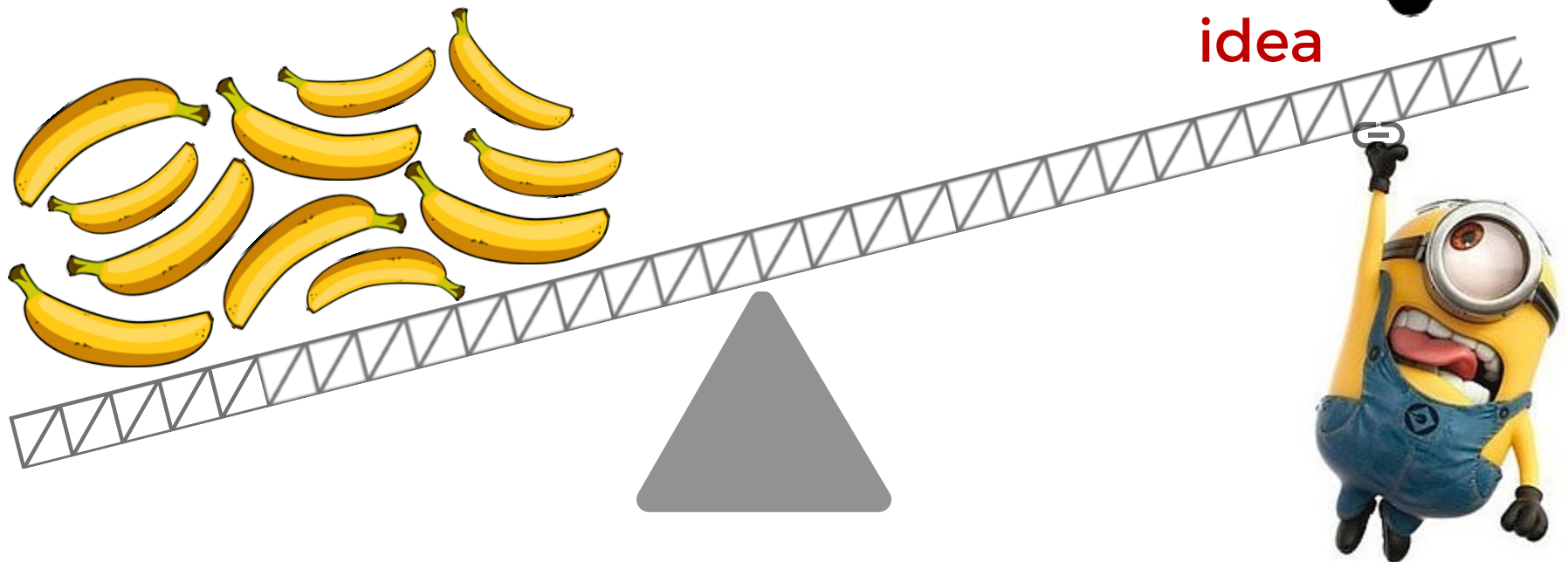
LEVEL

2/4

КРЕАТИВНАЯ
КОНЦЕПЦИЯ

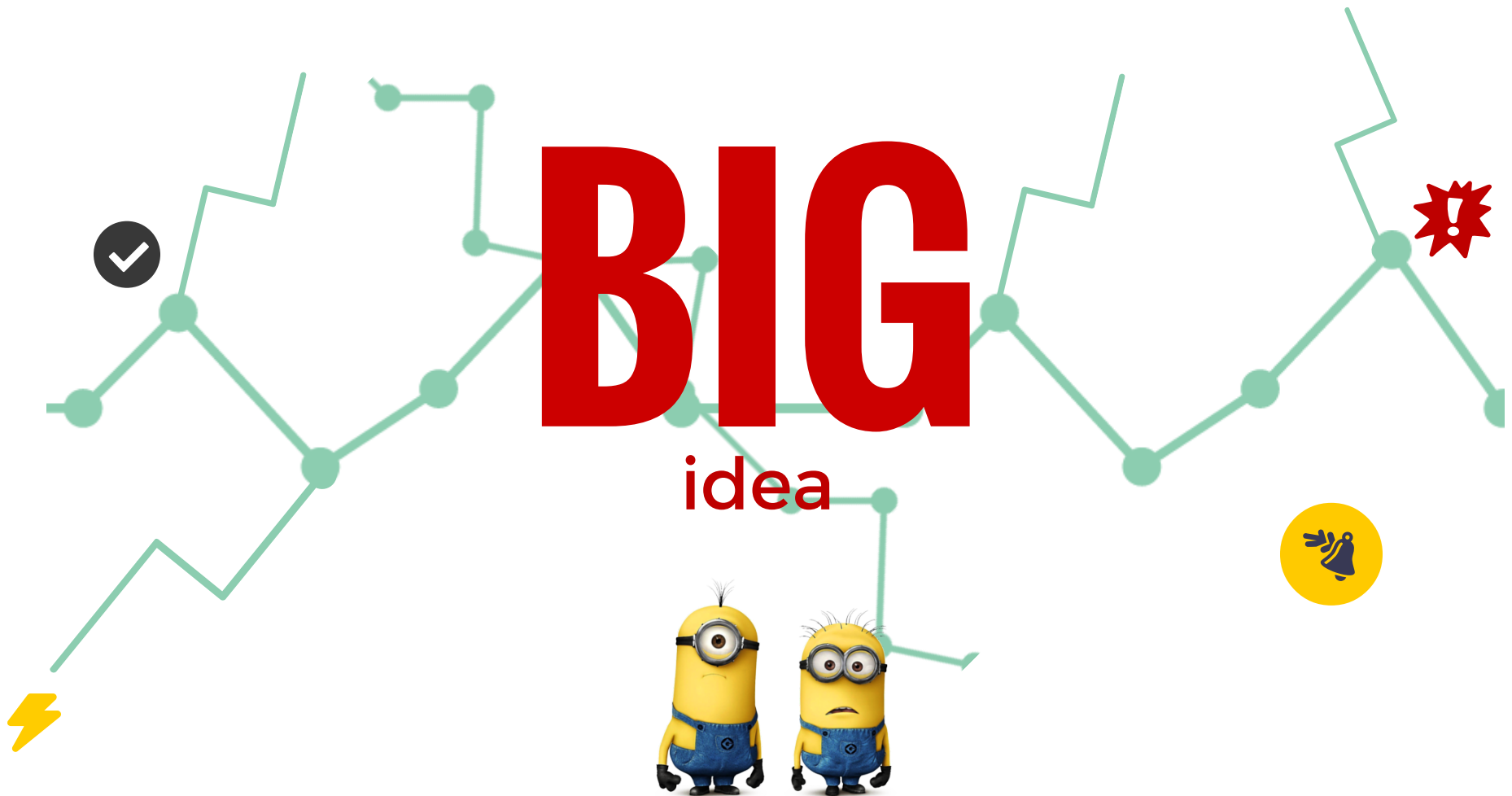
STEP 8 MEDIA IDIAS

СОЗДАВАЙТЕ ГИПОТЕЗЫ
ИДЕЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ
БРИФА НАЙДИТЕ СВОЮ
БОЛЬШУЮ ИДЕЮ



STEP 9 MEDIA METHODS

ИЩИТЕ МЕХАНИКИ РЕАЛИЗАЦИИ
БОЛЬШОЙ ИДЕИ



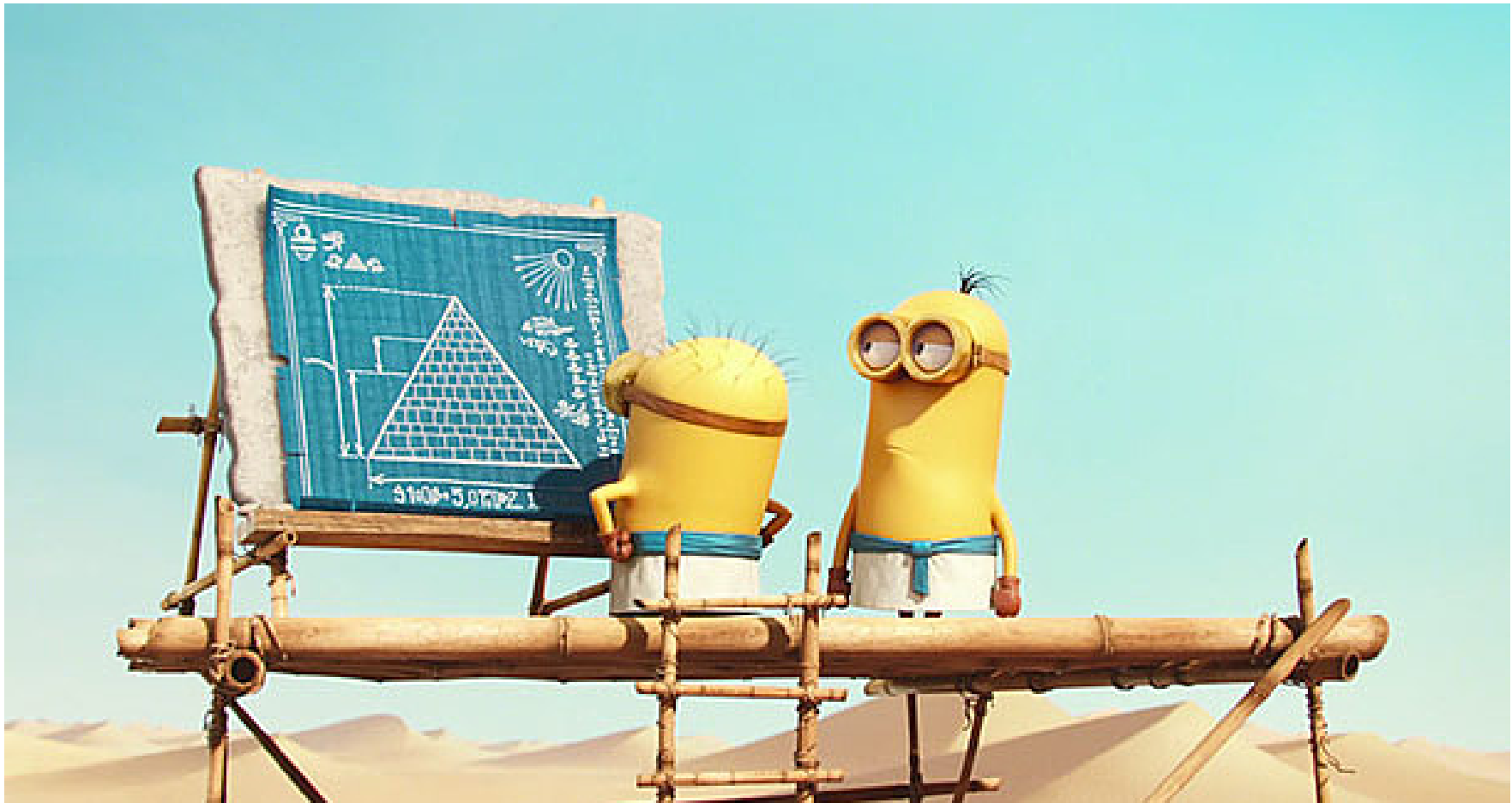
STEP 9 MEDIA CLIENT MAP

ДЛЯ ВЫСОКОЙ КОНВЕРСИИ СРАВНИТЕ СВОЙ ПУТЬ РЕАЛИЗАЦИИ И ТО, КАК ВЕДЕТ СЕБЯ ВАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ **БУДЬТЕ ЧАСТЬЮ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ ВАШЕГО КЛИЕНТА**



STEP 10 MEDIA VISUALISATION

СОБЕРИТЕ МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЙ (1-9 ЭТАПЫ) В
ПРЕЗЕНТАЦИЮ ВИЗУАЛИЗИРУЙТЕ СВОИ МЫСЛИ В
ГРАФИКИ, КАРТИНКИ, ВИДЕО





LEVEL

3/4

ПРОТОТИП

STEP 11 MEDIA TIMETABLE

СОСТАВЬТЕ ТАЙМИНГ РАБОТ И
СОСТАВЬТЕ СМЕТУ



STEP 12 MEDIA DREAM TEAM

ПОДБОР КОМАНДЫ - ВАЖНЫЙ ЭТАП
ИЩИТЕ КАНДИДАТУРЫ ПОД ОСНОВНЫЕ
ФУНКЦИИ ПРОЕКТА

ИЩИТЕ ЛЮДЕЙ,
КОТОРЫЕ РАЗДЕЛЯЮТ
ВАШИ ИНТЕРЕСЫ И
ВЕРЯТ В ВАШ ПРОЕКТ
ВАМ С НИМИ РАБОТАТЬ
КАЖДЫЙ ДЕНЬ



STEP 13 MEDIA TEST YOUR IDEA

КОГДА ВЫ ВЫБРАЛИ РАДИ ЧЕГО (ЦЕЛЬ) И
С КЕМ (КОМАНДА), КАК (ТЕХНОЛОГИИ,
МЕТОДИКИ И ПУТИ) ОТКРЫВАТЬСЯ МИРУ
- ВРЕМЯ НАЧАТЬ ТЕСТ ВАШЕГО ПРОЕКТА





LEVEL

4/4

ТЕСТИРОВАНИЕ

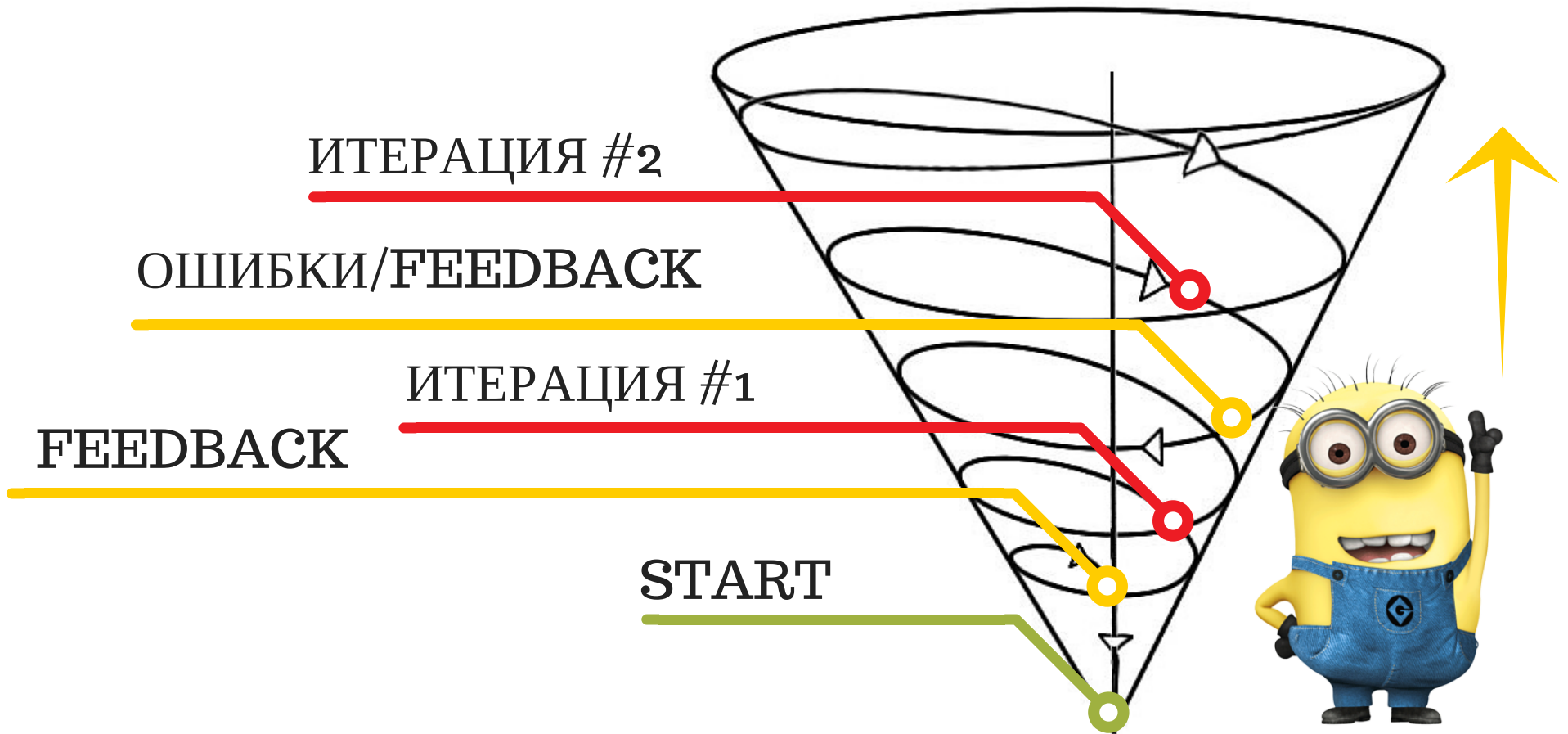
STEP 14 MEDIA FEEDBACK

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ВСЕВОЗМОЖНЫЕ ТЕСТЫ И АНКЕТИРОВАНИЯ, ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ОТ ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



STEP 15 MEDIA ITERATION

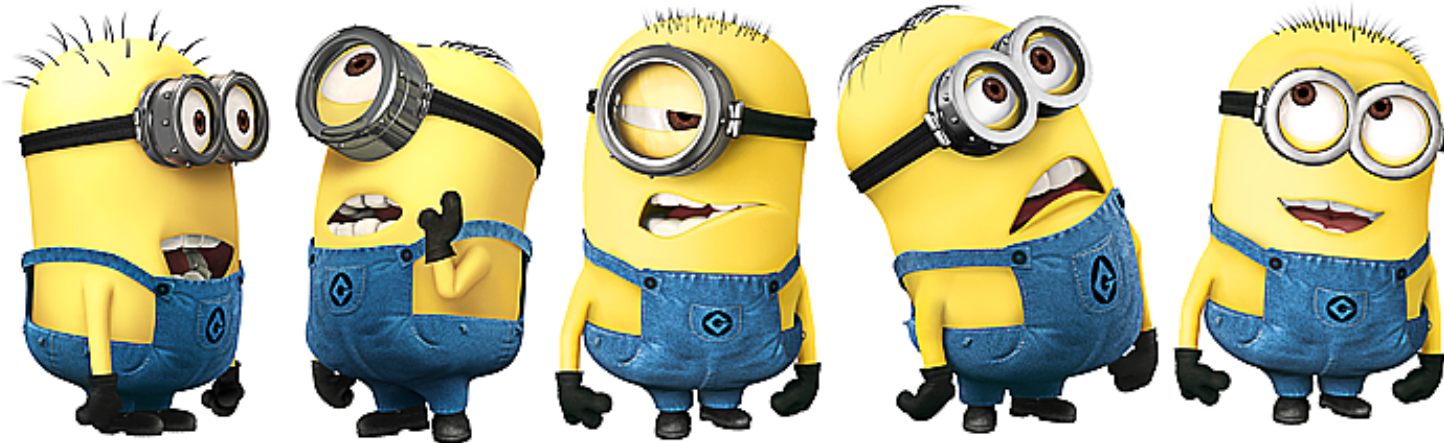
АНАЛИЗИРУЙТЕ ПОЛУЧЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ, ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ ПРОИЗВОДИТЕ ИТЕРАЦИИ. НЕТ ПРЕДЕЛА СОВЕРШЕНСТВУ ЕСЛИ ВОЗНИКАЮТ ПРОБЛЕМЫ ИХ НЕОБХОДИМО РЕШАТЬ



STEP 16 MEDIA VIDEO CASE

РАССКАЖИТЕ СВОЮ ИСТОРИЮ. ПОДЕЛИТЕСЬ ТРУДНОСТЯМИ, ЧТО УДАЛОСЬ ПРЕОДОЛЕТЬ И ЛАЙФХАКАМИ, КОТОРЫЕ ВЫ СЛУЧАЙНО ОБНАРУЖИЛИ.

ДЕЛЯСЬ СВОИМИ ИНСАЙТАМИ ВЫ ДЕЛАЕТЕ БОЛЬШОЙ ВКЛАД В СООБЩЕСТВО ТАКИХ ЖЕ КАК ВЫ ПРОЕКТИРОВЩИКОВ МЕДИА ПРОЕКТОВ



ALL STEPS OF MEDIA PLAN

1. РАЗНЫЕ ВИДЫ ТЕСТОВ И ОПРОСЫ/АНКЕТЫ
2. АНАЛИЗ ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ
3. ИТЕРАЦИЯ ИЗМЕНЕНИЙ #1
4. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗМЕНЕНИЙ
5. ИТЕРАЦИЯ #2
6. КЕЙС-РОЛИК ПРОЕКТА

STEP 4

ТЕСТИРОВАНИЕ

STEP 3

ПРОТОТИП

1. ГИПОТЕЗЫ ИДЕЙ РЕШЕНИЯ БРИФА
2. БОЛЬШАЯ ИДЕЯ С НАБРОСКАМИ МЕХАНИК
3. МЕХАНИКИ И ПУТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ
4. СОЗДАНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

STEP 2

КРЕАТИВНАЯ
КОНЦЕПЦИЯ

1. ГИПОТЕЗЫ ИДЕЙ РЕШЕНИЯ БРИФА
2. БОЛЬШАЯ ИДЕЯ С НАБРОСКАМИ МЕХАНИК
3. МЕХАНИКИ И ПУТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ
4. СОЗДАНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

STEP 1

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ
ПОДВОДКА

1. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ
2. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ
3. ИЗУЧЕНИЕ АУДИТОРИИ
4. ФОРМИРОВАНИЕ ИНСАЙТА (МОТИВЫ + БАРЬЕРЫ)
5. СОСТАВЛЕНИЕ БРИФА НА ИДЕЮ