

**Разработка концепции коммуникационной стратегии продвижения  
веб-сервиса SMMTOUCH.com**

Исходя из событий начала 2022 года (начала специальной военной операции, блокировок популярных социальных сетей) вектор по развитию социальных платформ для пользователей и брендов смещается на Вконтакте, Telegram. После проработки алгоритмов TikTok, есть вероятность роста числа аудитории среди российских пользователей и рекламных кампаний у брендов. В будущем возможен рост аудитории на альтернативных российских и зарубежных площадках, пока российская аудитория нестабильная, так как многие пользователи продолжают использовать заблокированные ресурсы, обходя блокировки. Также возможно повышение спроса на услуги искусственного увеличения социальной активности в альтернативных социальных сетях, потому что многим нужно будет развивать страницу с 0 показателей и привлекать аудиторию.

Telegram – технологичный мессенджер, но он имеет другой функционал в отличие от социальных сетей и большинству пользователей и брендам для «миграции» может не подойти: ориентированность на СМИ, нет ленты, нужно много новостей или продуктов. Однако есть многофункциональные чат-боты (используется для продуктов dark market, для поддержки промо), брендированные игры и лендинги, в ботах есть функционал сайтов: товары, оплата, бронирование<sup>1</sup>.

Также в Telegram высокий порог входа (от 1 млн рублей по данным на январь 2022 года), сегодня на рынке нет успешных кейсов продвижения в Telegram. Из-за этого Telegram может не стать основным альтернативным ресурсом для продвижения.

---

<sup>1</sup> Анна Никитина, Affect: как выбрать соцсети для своей категории [Электронный ресурс] // Sostav независимый проект брендингового агентства Depot WPF: сайт. URL: <https://www.sostav.ru/publication/anna-nikitina-affect-kak-opredelit-sotsseti-dlya-svoej-kategorii-54074.html> (дата обращения: 19.05.2022).

Целью коммуникационной стратегии является увеличение осведомленности аудитории об услуге увеличения искусственной социальной активности во Вконтакте и TikTok в течение 12 месяцев.

На первом этапе разработки коммуникационной стратегии исследуем целевую аудиторию.

По результатам анализа рынка веб-сервисов по продвижению аккаунтов социальных сетей была выявлена целевая аудитория – женщины и мужчины в возрасте от 25 до 34 лет, 16-24 лет, со средним уровнем дохода, наличием или получением высшего и среднего образования, среднего специального образования, состав семьи которых 1-3 человека, проживающих в крупных городах, проводящих время в социальных сетях, и волнующихся о своей репутации или репутации своего дела, желающих иметь дополнительный (или основной) доход от ведения блога или привлечения клиентов из социальных сетей.

Проанализируем, какие потребности удовлетворяет продукт искусственное увеличение социальной активности в аккаунтах социальных сетей.

Потребности:

1) потребность в социальном статусе – а) стремление принадлежать к определенной социальной группе (блогеры, тиктокеры, стримеры, предприниматели в интернете), занимая определенное положение, потребность в уважении, одобрении. Причастность к сообществу популярных и успешных людей – много лайков, просмотров, подписчиков и т.д., «у меня есть социальная активность – я блогер», «он разделяет мои взгляды и они популярны, их много лайкают»; б) потребность в социальной значимости, повышении социального статуса, достижении целей, признание коллег, завоевание репутации среди профессиональной группы, аудитории и клиентов; потребность в ощущении собственного могущества, компетентности – «у него много лайков, просмотров, подписчиков – он успешный блогер, эксперт», «его посты интересны»;

2) безопасность – защита страниц от санкций социальной сети (без блокировок: моральная безопасность – не потерять доступ к фото, контактам, подпискам, сообщениям; безопасность ресурсов – страница как возможность получать доход), взлома мошенниками; стабильность в получении услуг, когда это необходимо (работоспособность сервиса), видение перспективы (выходы в топ и развитие страницы за счет такого инструмента продвижения); законность компании – официальное оформление заказов, чеки, гарантии выполнения, защита потребителей, оферта, безопасная оплата; безопасность конфиденциальных данных – не разглашение аккаунтов в социальных сетях, на которые заказывают искусственное увеличение социальной активности;

3) потребность в самовыражении – стремление реализации собственного потенциала, помогает продвинуть результаты творческих успехов и продолжать творить дальше;

4) социальные потребности – потребность в общении, некоторые люди покупают «накрутку» для того, чтобы их новая страница выглядела более «живой» с целью общения в интернете;

5) познавательные потребности – понимать, как работает накрутка; что так действительно можно и другие люди тоже могут прибегать к такому инструменту.

Далее проведем сегментирование по «5W» Шеррингтона, определение отличительных характеристик.

Во-первых, определим тип потребителя: кто наш целевой потребитель (who)?

По образу жизни:

- школьники начальных, средних, выпускных классов;
- студенты колледжей и вузов;
- люди, желающие заработать в интернете;
- мамы в декрете;
- эксперты в определенной профессии;

- бизнес, организации;
- люди предпенсионного и пенсионного возраста;
- состоятельные люди и члены их семей;
- люди среднего возраста, активно рассказывающие о своей жизни в интернете.

По вовлеченности в SMM:

- начинающий блогер, стример, тиктокер со средним личным доходом;
- начинающий блогер, стример, тиктокер с высоким личным доходом;
- владелец личной страницы со средним личным доходом;
- владелец личной страницы с высоким личным доходом;
- состоявшийся блогер со средней аудиторией;
- «блогеры-миллионники»;
- перепродажники услуг;
- SMM-менеджеры, SMM-специалисты блогеров, компаний.
- владельцы малого бизнеса и самозанятые.

По отношению к технологиям и WWW:

- не опытный пользователь;
- опытный пользователь;
- продвинутый пользователь.

Во-вторых, выявим мотивы покупки и потребления: почему потребитель покупает товар (why):

- хотят «оживить» новый аккаунт;
- хотят продвинуть бизнес или личный аккаунт, стать известнее, привлечь новых клиентов, «выйти в онлайн», не хотят отставать от лидеров мнений;
- хотят производить впечатление на своих знакомых, друзей, родственников и подписчиков;
- хотят сделать подарок знакомым, друзьям, родственникам;
- хотят зарабатывать деньги в интернете с помощью блога и социальных сетей;

– хотят зарабатывать деньги в интернете с помощью перепродажи услуг;

– хотят продвинуть аккаунт клиента.

В-третьих, определим тип товара: что именно нужно потребителю, что именно покупает потребитель (what):

– социальное доказательство для клиентов и подписчиков (визуальная популярность);

– возможность выхода постов и аккаунтов на топовые позиции;

– безопасную возможность стать известнее;

– перспективы;

– новую аудиторию;

– средство заработка;

– чувство превосходства;

– чувство развития;

– чувство поддержки;

– понимание работы алгоритмов социальных сетей;

– консультацию по работе с инструментом – накруткой, алгоритм работы.

В-четвертых, установим обстоятельства возникновения потребности: когда возникает потребность в товаре; когда потребитель покупает товар (when):

– когда страница новая, нужно стартовое продвижение;

– когда на странице теневого бан (TikTok);

– когда хочет, чтобы посты выходили в топ и рекомендации другим пользователям;

– когда хочет обрадовать другого человека;

– когда хочет, чтобы аккаунт был популярнее, было больше подписчиков и тех, кто смотрит, лайкает, комментирует посты; когда хочет найти свою аудиторию;

– когда другие методы продвижения не дают результатов;

– когда хочет использовать все возможности продвижения по максимуму и в комплексе;

– когда хочет, чтобы его старания и профессионализм оценили другие люди, а соц. сеть ограничивает или не способствует этому;

– когда нужно создать иллюзию популярной страницы;

– когда хочет заработать деньги и создать новый источник дохода;

– когда хочет быть профессионалом в SMM и чтобы это оценил заказчик;

– когда нужно набрать базовые значения на аккаунте для открытия новых функций.

В-пятых, конкретизируем места получения выгоды, где потребитель может купить товар (where):

– на сайтах в интернете (сервис);

– через мобильные приложения (сервис);

– через Telegram (сервис);

– через социальные сети и мессенджеры у перекупщиков.

Таким образом, для увеличения осведомленности аудитории об услуге увеличения искусственной социальной активности во Вконтакте и TikTok в течение 12 месяцев были выбраны 5 сегментов целевой аудитории конечных потребителей (таргетинг):

1) начинающий блогер, стример, тиктокер со средним личным доходом;

2) владелец личной страницы со средним личным доходом;

3) состоявшийся блогер, тиктокер со средней аудиторией;

4) SMM-менеджеры, SMM-специалисты блогеров, компаний;

5) владельцы малого бизнеса и самозанятые.

Выделение потребностей и «болей» сегментов целевой аудитории представлено в таблице А.1.

Ключевая коммуникационная идея – эффективное продвижение во Вконтакте и TikTok с помощью «накрутки».

1 ключевое сообщение – переход на новую соц. сеть или наращивание позиций в уже имеющихся, но менее активных аккаунтах TikTok и Вконтакте за счет накрутки – возможно:

Вконтакте: «Новая соц. сеть – свободная аудитория. Накрутка как инструмент продвижения».

TikTok: «Вы же точно придумали, как это обойти. Безопасно приведем подписчиков, лайки, просмотры в TikTok».

2 ключевое сообщение – «Накрутка – эффективный и безопасный инструмент для продвижения в VK и TikTok».

Путь покупателя представлен в таблице А.2.

Матрица PESO для каждого сегмента ЦА представлена в таблице А.3.

Коммуникационные сообщения будут оформляться в соответствии со стилистикой сайта: flat-векторная графика, а также с использованием коллажирования. Примеры графики представлены на рисунке А.1., А.2.

Медиапланирование, частота сообщений: коммуникация в социальных медиа 1 раз в неделю, 10 контактов в месяц по каналам бесплатной коммуникации, 8 рекламных активностей в месяц по платным каналам, 3 активности в неделю на собственных площадках.

Tone of voice – «бренд как друг»: неформальный приятельский тон, серьезный, эмоциональный, заботливый, честный, с нотками уважения, доверительный, воодушевленный, дружеский стиль общения, позитивная тональность.

Бюджет: 176 000 р.

Приоритетные форматы: посты в соцсетях, видео, статьи, пресс-релизы, рекламные объявления, содержательные ответы для обратной связи, выступления спикеров.

Показатель эффективности: покупки накрутки по услугам лайки, просмотры, подписчики во Вконтакте и TikTok + 70% и +30% конверсий в покупку на сайте от текущих показателей к концу 2023 года, соответственно каждой соцсети – аналитика с помощью Google Analytics.

Таким образом, разработана концепция коммуникационной стратегии продвижения веб-сервиса SMMTOUCH.com:

1) определена цель коммуникационной стратегии – увеличение осведомленности аудитории об услуге увеличения искусственной социальной активности во ВКонтакте и TikTok в течение 12 месяцев;

2) на основе анализа целевой аудитории выделены 5 ключевых сегментов целевой аудитории: начинающий блогер, стример, тиктокер со средним личным доходом; владелец личной страницы со средним личным доходом; состоявшийся блогер, тиктокер со средней аудиторией; SMM-менеджеры, SMM-специалисты блогеров, компаний; владельцы малого бизнеса и самозанятые;

3) выделены боли и потребности сегментов целевой аудитории;

4) определена ключевая коммуникационная идея – эффективное продвижение во ВКонтакте и TikTok с помощью «накрутки»;

5) сформированы 2 ключевых сообщения для каждого типа соц. сети: сообщение первого этапа для VK – «Новая соц. сеть – свободная аудитория. Накрутка как инструмент продвижения», сообщение первого этапа для TikTok: «Вы же точно придумали, как это обойти. Безопасно приведем подписчиков, лайки, просмотры в TikTok»; сообщение второго этапа (общее) – «Накрутка – эффективный и безопасный инструмент для продвижения в VK и TikTok»;

6) сформирована карта путешествия клиента (customer journey map);

7) создана модель PESO для каждого сегмента целевой аудитории;

8) разработана контент-политика, tone of voice.

9) определен бюджет и приоритетные форматы, метрики по которым определим эффективность.

## Приложение А

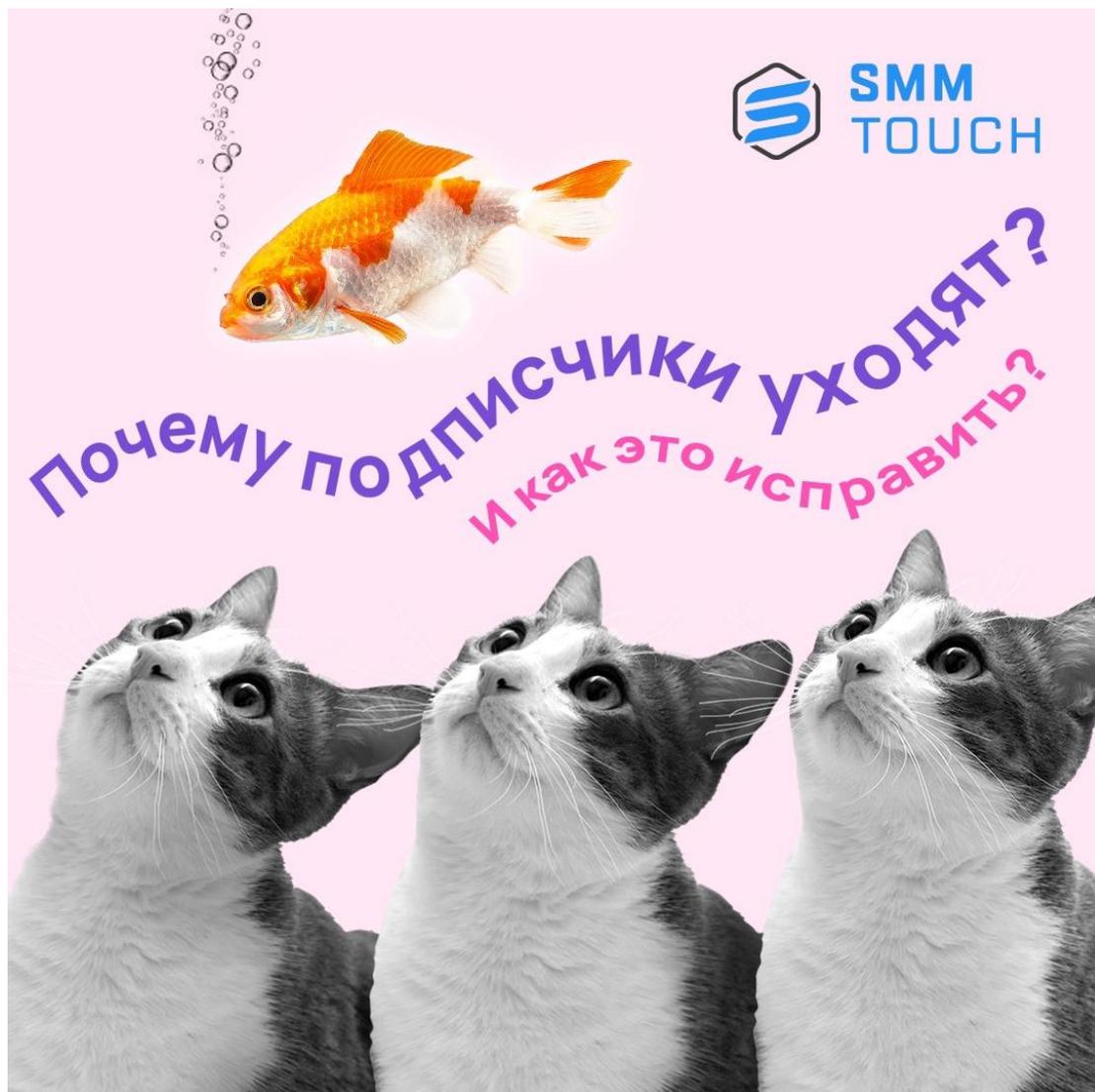


Рисунок А.1. Пример графики для креативов

Источник: <https://vk.com/smmtouch>

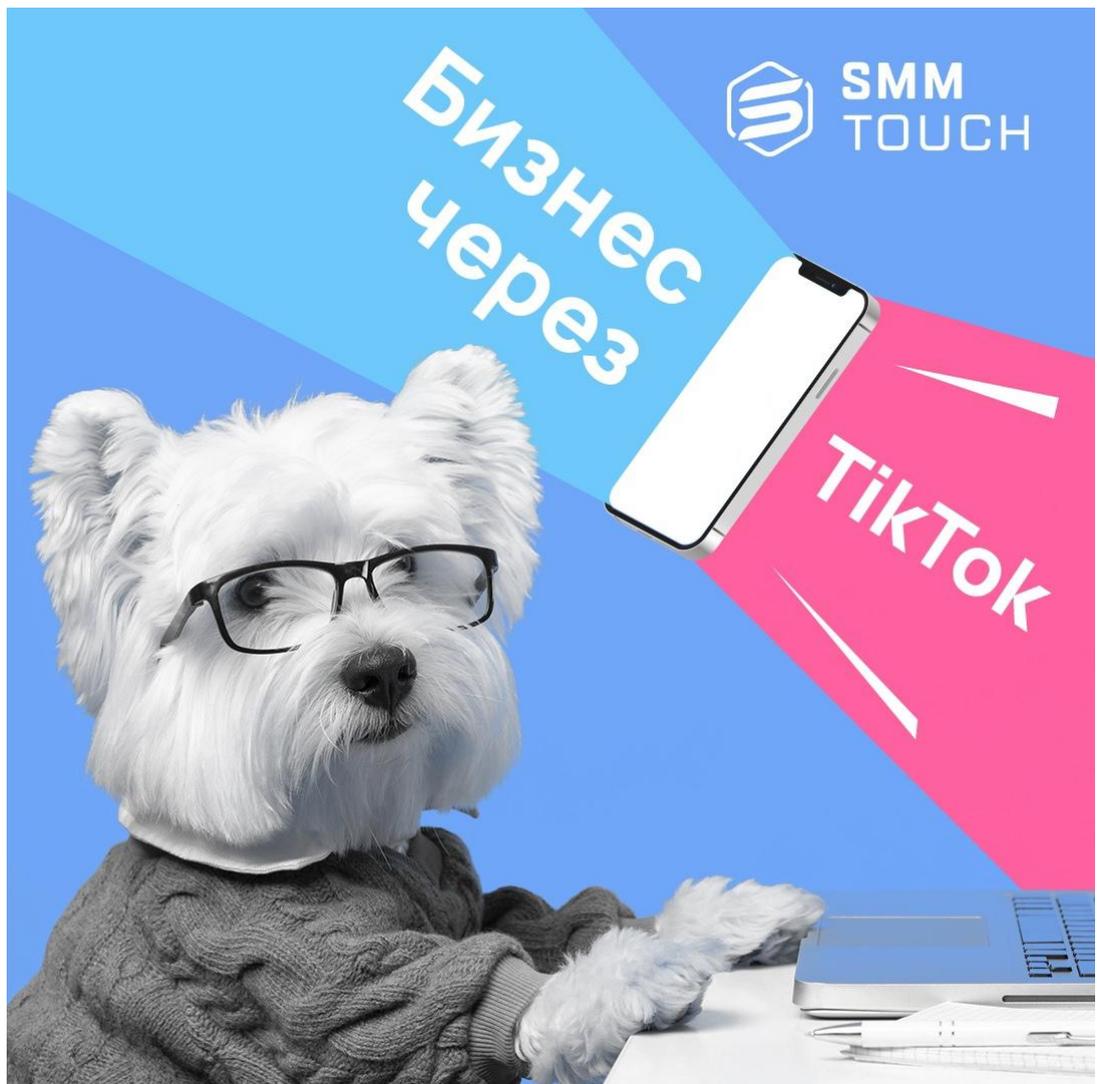


Рисунок А.2. Пример графики для креативов

Источник: <https://vk.com/smmtouch>

Таблица А.1

### Боли, потребности сегментов ЦА

<p><b>Начинающий блогер, стример, тиктокер со средним личным доходом:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выход на топовые позиции в ленте ВК/ТikTok (рекомендации) – первые успехи</li> <li>2. Визуальная популярность</li> <li>3. Безопасная и быстрая скорость накрутки</li> <li>4. Наличие минимальных значений для заказов</li> <li>5. Выход из теневого бана TikTok</li> <li>6. Консультации по заказам</li> <li>7. Отписка подписчиков / списание лайков, гарантия в случае отписок</li> <li>8. Высокое качество комментариев (похожи на живые, смайлики + текст)</li> </ol>	<p><b>Состоявшийся блогер, тиктокер со средней аудиторией:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Безопасность страницы, быстрая скорость накрутки</li> <li>2. Отписка подписчиков / списание лайков</li> <li>3. «Собаки» в вк</li> <li>4. Цена – окупаемость</li> <li>5. Стартовые показатели для новых, «заброшенных» страниц в ВК, TikTok: подписчики, лайки на постах, комментарии и просмотры видео (для TikTok) из-за миграции – социальное доказательство.</li> <li>6. Методы оплаты (в т.ч. валютные)</li> <li>7. Выход в топ в поиске ВК, по хэштегам,</li> </ol>
---	---

<p>9. Консультации по заказам 24/7  10. Программа лояльности – скидки  11. Качественные аккаунты, похожие на живых (аватарки, имена, посты, количество друзей/подписчиков на аккаунтах подписчиков)  12. Официальное предоставление услуг (зарегистрированный сервис)  13. Быстрая и безопасная скорость накрутки  14. Официальное предоставление услуг (зарегистрированный сервис)</p>	<p>выход в рекомендации в ленте VK и в TikTok – показатель экспертности, вовлеченности аудитории (например, для рекламодателей)  8. Выход из теневого бана TikTok  9. Высокое качество комментариев (похожи на живые, смайлики + текст)  10. Консультации по заказам 24/7</p>
<p><b>Владелец личной страницы со средним личным доходом:</b>  1. Выход на топовые позиции в ленте VK/TikTok (рекомендации) – чувство признания, обращение внимания окружения  2. Визуальная популярность  3. Безопасная и быстрая скорость накрутки  4. Наличие минимальных значений для заказов  5. Выход из теневого бана TikTok  6. Консультации по заказам 24/7  7. Программа лояльности – скидки  8. Качественные аккаунты, похожие на живых (аватарки, имена, посты, количество друзей/подписчиков на аккаунтах подписчиков)  9. Отписка подписчиков / списание лайков, гарантия в случае отписок  10. Официальное предоставление услуг (зарегистрированный сервис)</p>	<p><b>SMM-менеджеры, SMM-специалисты блогеров, компаний:</b>  Отписка подписчиков / списание лайков  2. «Собаки» в VK  3. Цена – окупаемость  4. Методы оплаты (в т.ч. валютные)  5. Скорость накрутки (быстро) и безопасность (соблюдение лимитов, без пессимизации и банов)  6. Вывод в топ для поисковиков, внутреннего поиска vk, ленты рекомендаций VK/TikTok – показатель профессионализма, вовлеченности аудитории (например, для рекламодателей работодателя)  7. Автозапуск лайков и просмотров  8. Выход из теневого бана TikTok  9. Высокое качество комментариев (похожи на живые, смайлики + текст)  10. Контроль количества и отписок по каждому заказу  11. Консультации по заказам 24/7  12. Реферальные программы, программа лояльности – скидки  13. Качественные аккаунты, похожие на живых</p>
<p><b>Владельцы малого бизнеса и самозанятые:</b>  1. Стартовые показатели для новых (поиск клиентов в онлайн), «заброшенных» (из-за миграции) страниц в VK, TikTok: подписчики, лайки на постах, комментарии и просмотры видео (для TikTok) – социальное доказательство  2. Выход в топ в поиске VK, по хэштегам, выход в рекомендации в ленте VK и в TikTok (по гео) – показатель интереса к услуге/товару</p>	

<ol style="list-style-type: none"><li>3. Отписка подписчиков / списание лайков</li><li>4. Цена – окупаемость</li><li>5. Быстрая и безопасная скорость накрутки</li><li>6. Автозапуск лайков и просмотров</li><li>7. Выход из теневого бана TikTok</li><li>8. Контроль количества и отписок</li><li>9. Консультации по заказам 24/7</li><li>10. Наличие минимальных значений для заказов (если страница новая)</li><li>11. Качественные аккаунты, похожие на ЖИВЫХ</li></ol>	
---	--

Источник: составлено автором.

Таблица А.2

## СJM

	Формирование потребности	Поиск решения	Выбор	Заказ	Доставка	Использование	Рекомендация // Отзыв
<b>Задачи клиента: что главное на этом этапе для клиента</b>	Понимает, что в онлайне есть аудитория. Хочет быть популярным в соц. сетях/чтобы услуги и товары, которые продает клиент имели спрос.	Можно использовать «белые» методы продвижения : поработать над контентом, купить рекламу у самой соц. площадки, продвижение по хэштегам и геопозиции, можно заказать продвижение у SMM-щиков и маркетинговых агентств, можно использовать «серые» методы	Выбирает, на каком сервисе лучше купить накрутку: сервисы по продаже услуг искусственного увеличения социальной активности в социальных сетях, сервисы фриланс-биржи, SMM-панели.	Заходит на сайт, в мобильное приложение или в telegram-бота и оформляет заказ.	Ждет запуска заказа и получает накрутку.	Мотивируется количеством лайков/просмотров/подписчиков. Проверяет поступившую накрутку на качество (и количество), с течением времени проверяет нахождение оплаченного количества на посте/аккаунте.	Рекомендует сервис друзьям, оставляет отзыв на сайтах отзывов, готов вернуться за покупками и постоянно сотрудничать.

		<p>продвижения – купить рекламу у блогеров, провести марафоны и giveaway, конкурсы и акции, можно использовать «черные» методы искусственно го увеличения социальной активности: массфоллови нг (масслукинг и масслайкинг) , чаты активности, массовая рассылка, накрутка. Выбирает какие методы менее затратные, но</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

		более эффективные					
<b>Каналы: в каких каналах клиент взаимодействует с компанией и продуктом</b>	Поиск (SEO и SEM), форумы по продвижению, сайты маркетинговых агентств и профильные сайты с SMM-уроками и советами (например, vc.ru, in-scale.ru), аккаунты в Telegram, TikTok, Вконтакте, YouTube по продвижению в соц. сетях и новостями, RTB-реклама, вебираны онлайн-школ и курсов, экспертов.	Поиск (SEO и SEM), форумы по продвижению, сайты маркетинговых агентств и профильные сайты с SMM-уроками и советами (например, vc.ru, in-scale.ru), аккаунты в Telegram, TikTok, Вконтакте, YouTube по продвижению в соц. сетях и новостями	Сайты популярных сервисов накрутки, советы друзей и экспертов-блогеров/SMM-щиков, отзывы на сайтах.	Сайт или мобильное приложение, telegram-бот.	Сайт или мобильное приложение, telegram-бот (статус заказа).		Сторонние сайты отзывов в интернете/браузере, соц. сети компании.

<p><b>Процессы: действия клиента на этапе</b></p>	<p>Ищет возможные и самые эффективные способы продвижения в социальных сетях: через поиск, рекомендации SMM-щиков, маркетинговых агентств (сайты, блоги, страницы в соц. сетях).</p>	<p>Анализирует доступные навыки и ресурсы для каждого метода продвижения, время, когда будет заметен результат.</p>	<p>Сравнивает предложения по качеству, доступным услугам, безопасности и ценам на нашем сайте или сайте (Telegram-боте, мобильном приложении) конкурентов.</p>	<p>Указывает ссылку на пост или на аккаунт, нужно количество услуги, удобный метод оплаты.</p>	<p>Ожидает запуска заказа. Получает накрутку на своей странице в социальной сети.</p>	<p>Наблюдает и анализирует полученную услугу.</p>	<p>Пишет отзыв на внешнем популярном сайте отзывов (из поисковика) или в браузере (Яндекс.браузер) / рекомендует услугу друзьям и знакомым / возвращается на сайт посмотреть другие доступные услуги накрутки.</p>
<p><b>Чувства, мысли (что испытывает клиент)</b></p>	<p>Как стать популярным в соц. сетях?          Как продвинуть свой аккаунт в соц. сетях?          Какие есть бесплатные и платные методы продвижения?          Что мне нужно сделать</p>	<p>Зачем нужна накрутка?          Стоит ли использовать накрутку как вариант продвижения? «А вдруг меня забанят или обманут»</p>	<p>Где накрутка безопаснее и дешевле?          Как выглядят накрученные подписчики/лайки/просмотры?          Из какой они страны?          Они похожи на</p>	<p>Не хочу вводить данные карты, есть ли метод оплаты электронным кошельком?</p>	<p>А меня точно не забанят, какие гарантии, если забанят?</p>	<p>«Аккаунты по накрутке похожи/ не похожи на живых»          «Подписчики, лайки списываются / не списываются»          «Мои посты стали/не стали больше лайкать, смотреть/ пришли/не пришли новые органические</p>	<p>«Мне понравилась / не понравилась услуга — хочу это обозначить»</p>

	<p>в первую очередь?</p> <p>Что использует те, кто уже продвинул свой аккаунт до средних и больших показателей?</p>		<p>живых?</p> <p>Какую аудиторию выбрать: смешанную, ботов или живые аккаунты?</p> <p>Почему цена разная?</p> <p>В чем плюсы и риски каждой из них, какую взять?</p> <p>Как я буду отслеживать выполнение заказа?</p> <p>На каком сайте удобнее, понятнее и приятнее находиться и искать информацию?</p>			<p>подписчики, посты вышли/не вышли в рекомендации»</p> <p>«Аккаунты превращаются в удаленных собак со временем / не превращаются»</p>	
<p><b>Рекламное сообщение (посыл/слоган): что мы должны сообщить клиенту, чтобы достичь маркетинговых целей</b></p>	<p>«Приведем подписчиков/лайки/просмотры на Ваш VK и TikTok – пишите»</p> <p>«Помогаем выводить в топ VK и TikTok, популярность в пару кликов»</p>	<p>«Безопасное продвижение в TikTok и в VK. Накрутка без банов, гарантия результата или вернем деньги»</p>	<p>«Держим цены до последнего: безопасная накрутка на TikTok и VK по ценам 2020»</p> <p>«Смешанная аудитория накрутки помогает попасть в рекомендации VK и</p>				<p>«Поделитесь впечатлениями в отзыве на стороннем сайте, напишите нам, мы приготовили для Вас плюшки»</p>

			<p>TikTok – много довольных клиентов с 2017 года»</p> <p>«Отслеживайте процесс накрутки с нашим удобным интерфейсом»</p> <p>«Надоели отписки накрученных подписчиков? Мы восстановим их по гарантии»</p>				
<p><b>Барьеры: что мешает клиенту решить задачу этапа</b></p>	<p>Не разбирается в интернет-маркетинге и WWW</p>	<p>За белые и серые методы продвижения 100% не забанят</p>	<p>Цена услуги</p> <p>Нет подходящей аудитории</p> <p>Нет удобного сайта</p>	<p>Нет удобного метода оплаты (qiwi, uoomoney и т.д.)</p>	<p>Заказ очень долго запускается</p>	<p>Пришло не все количество услуги / услуга вообще не пришла, тех. поддержка долго решает мою проблему, не понимаю, как связаться с компанией, есть отписка подписчиков/лайков, аккаунты ужасного качества</p>	<p>Нет времени на написание отзыва</p>
<p><b>Важность этапа: насколько нам важно контролировать этот этап</b></p>	<p>3 — низкий приоритет</p>	<p>2 — средний приоритет</p>	<p>2 — средний приоритет</p>	<p>1 — высокий приоритет</p>	<p>1 — высокий приоритет</p>	<p>2 — средний приоритет</p>	<p>1 — высокий приоритет</p>

<b>взаимодействие клиента с продуктом</b>							
<b>Удовлетворённость клиента взаимодействием (максимум 5)</b>		2	5	3	1	5	4
<b>Решения (гипотезы): что можно улучшить на этапе, чтобы повлиять на рост конечной прибыли</b>	Сделать рекламу на цифровых экранах в локациях больших городов, нативная реклама у профильных сайтов, экспертов-блогеров, SMM-щиков, участие в воркшопах и вебинарах на тему продвижения	Реклама на форумах, коллаборации с экспертами-блогерами, SMM-щиками, образовательными online-площадками	Мини-гайды на сайте, в соц. сетях и e-mail рассылках компании по использованию сервиса	Добавить все самые популярные к 2022 году методы оплаты, разработать мобильное приложение	Создать систему оповещения на сайте о задержках в поступлении заказов на данный период времени	Найти новые сервера, протестировать	Акция: оставь отзыв — получи бонусные рубли на счет личного кабинета (приток зарегистрированных пользователей, упрощение работы с заказами для технических модераторов)

Источник: составлено автором.

## Модель PESO

1) Начинающий блогер, стример, тиктокер со средним личным доходом		2) Состоявшийся блогер, тиктокер со средней аудиторией	
PESO	Виды коммуникаций	PESO	Виды коммуникаций
Paid (платные коммуникации)	RTB-реклама, SEM в РСЯ, контекстная реклама, размещения у инфлюенсеров: Telegram @odigitaladbot <a href="https://t.me/adver_best">https://t.me/adver_best</a> <a href="https://t.me/postiumru">https://t.me/postiumru</a> <a href="https://t.me/marketing_smm">https://t.me/marketing_smm</a> и на партнёрских сайтах о продвижении: <a href="https://in-scale.ru/">https://in-scale.ru/</a> <a href="https://niksolovov.ru/">https://niksolovov.ru/</a> <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a> <a href="https://martrending.ru/">https://martrending.ru/</a> <a href="https://eduzorro.com/">https://eduzorro.com/</a> <a href="https://instrumentary.com/">https://instrumentary.com/</a> <a href="https://targethunter.ru/blog/">https://targethunter.ru/blog/</a> <a href="https://smmplanner.com/blog/">https://smmplanner.com/blog/</a>	Paid	RTB-реклама, SEM в РСЯ, контекстная реклама, размещения у инфлюенсеров: Telegram @odigitaladbot <a href="https://t.me/adver_best">https://t.me/adver_best</a> <a href="https://t.me/postiumru">https://t.me/postiumru</a> <a href="https://t.me/marketing_smm">https://t.me/marketing_smm</a> и на партнёрских сайтах о продвижении: <a href="https://in-scale.ru/">https://in-scale.ru/</a> <a href="https://niksolovov.ru/">https://niksolovov.ru/</a> <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a> <a href="https://martrending.ru/">https://martrending.ru/</a> <a href="https://eduzorro.com/">https://eduzorro.com/</a> <a href="https://instrumentary.com/">https://instrumentary.com/</a> <a href="https://targethunter.ru/blog/">https://targethunter.ru/blog/</a> <a href="https://smmplanner.com/blog/">https://smmplanner.com/blog/</a>
Earned (бесплатные коммуникации)	Комментарии представителя компании в вопросах, связанных с продвижением: <a href="https://otvet.mail.ru/">https://otvet.mail.ru/</a> <a href="https://yandex.ru/q/">https://yandex.ru/q/</a> Новости компании и пресс-релизы: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a> <a href="https://t.me/teplitsa">https://t.me/teplitsa</a>	Earned	Участие в конференциях и воркшопах по digital-продвижению в качестве приглашенного гостя Новости компании и пресс-релизы: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a> <a href="https://t.me/teplitsa">https://t.me/teplitsa</a>
Shared (социальные медиа)	Комментарии представителя компании на сайтах отзывов: <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a> <a href="https://otzovik.com/">https://otzovik.com/</a> <a href="https://irecommend.ru/">https://irecommend.ru/</a> в браузере Яндекса. Соц. сети компании в VK, Telegram Блог-платформы: Яндекс.Дзен <a href="https://vc.ru/">https://vc.ru/</a> <a href="https://habr.com/">https://habr.com/</a> <a href="https://timeweb.com/">https://timeweb.com/</a> <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a> <a href="https://rusability.ru/">https://rusability.ru/</a>	Shared	Комментарии представителя компании на сайтах отзывов: <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a> <a href="https://otzovik.com/">https://otzovik.com/</a> <a href="https://irecommend.ru/">https://irecommend.ru/</a> в браузере Яндекса. Соц. сети компании в VK, Telegram Блог-платформы: Яндекс.Дзен <a href="https://vc.ru/">https://vc.ru/</a> <a href="https://habr.com/">https://habr.com/</a> <a href="https://timeweb.com/">https://timeweb.com/</a> <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a> <a href="https://rusability.ru/">https://rusability.ru/</a>
Owned (собственные)	Блог компании, SEO: <a href="https://smmtouch.com/blog">https://smmtouch.com/blog</a>	Owned	Блог компании, SEO: <a href="https://smmtouch.com/blog">https://smmtouch.com/blog</a>

площадки)			
3) Владелец личной страницы со средним личным доходом		4) SMM-менеджеры, SMM-специалисты блогеров, компаний	
PESO	Виды коммуникаций	PESO	Виды коммуникаций
Paid	<p>RTB-реклама, SEM в РСЯ, контекстная реклама, размещения у инфлюенсеров: Telegram @odigitaladbot  <a href="https://t.me/adver_best">https://t.me/adver_best</a>  <a href="https://t.me/postiumru">https://t.me/postiumru</a>  <a href="https://t.me/marketing_smm">https://t.me/marketing_smm</a>  и на партнёрских сайтах о продвижении:  <a href="https://in-scale.ru/">https://in-scale.ru/</a>  <a href="https://niksolovov.ru/">https://niksolovov.ru/</a>  <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a>  <a href="https://martrending.ru/">https://martrending.ru/</a>  <a href="https://eduzorro.com/">https://eduzorro.com/</a>  <a href="https://instrumentary.com/">https://instrumentary.com/</a>  <a href="https://targethunter.ru/blog/">https://targethunter.ru/blog/</a>  <a href="https://smmplanner.com/blog/">https://smmplanner.com/blog/</a></p>	Paid	<p>RTB-реклама, SEM в РСЯ, контекстная реклама, размещения у инфлюенсеров: Telegram @odigitaladbot  <a href="https://t.me/adver_best">https://t.me/adver_best</a>  <a href="https://t.me/postiumru">https://t.me/postiumru</a>  <a href="https://t.me/marketing_smm">https://t.me/marketing_smm</a>  и на партнёрских сайтах о продвижении:  <a href="https://in-scale.ru/">https://in-scale.ru/</a>  <a href="https://niksolovov.ru/">https://niksolovov.ru/</a>  <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a>  <a href="https://martrending.ru/">https://martrending.ru/</a>  <a href="https://eduzorro.com/">https://eduzorro.com/</a>  <a href="https://instrumentary.com/">https://instrumentary.com/</a>  <a href="https://targethunter.ru/blog/">https://targethunter.ru/blog/</a>  <a href="https://smmplanner.com/blog/">https://smmplanner.com/blog/</a></p>
Earned	<p>Комментарии представителя компании в вопросах, связанных с продвижением:  <a href="https://otvet.mail.ru/">https://otvet.mail.ru/</a>  <a href="https://yandex.ru/q/">https://yandex.ru/q/</a>  Новости компании и пресс-релизы:  <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a></p>	Earned	<p>Рассказ о сервисе на обучающих платформах онлайн-образования:  <a href="https://netology.ru/">https://netology.ru/</a>  <a href="https://skillbox.ru/">https://skillbox.ru/</a>  <a href="https://blog.maed.ru/">https://blog.maed.ru/</a>  Комментарии представителя компании в вопросах, связанных с продвижением на форумах по продвижению:  <a href="https://zismo.biz/">https://zismo.biz/</a></p>
Shared	<p>Комментарии представителя компании на сайтах отзывов:  <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a>  <a href="https://otzovik.com/">https://otzovik.com/</a>  <a href="https://irecommend.ru/">https://irecommend.ru/</a>  в браузере Яндекса.  Соц. сети компании в VK, Telegram  Блог-платформы:  Яндекс.Дзен  <a href="https://vc.ru/">https://vc.ru/</a>  <a href="https://habr.com/">https://habr.com/</a>  <a href="https://timeweb.com/">https://timeweb.com/</a>  <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a>  <a href="https://rusability.ru/">https://rusability.ru/</a></p>	Shared	<p>Комментарии представителя компании на сайтах отзывов:  <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a>  <a href="https://otzovik.com/">https://otzovik.com/</a>  <a href="https://irecommend.ru/">https://irecommend.ru/</a>  в браузере Яндекса.  Соц. сети компании в VK, Telegram  Блог-платформы:  Яндекс.Дзен  <a href="https://vc.ru/">https://vc.ru/</a>  <a href="https://habr.com/">https://habr.com/</a>  <a href="https://timeweb.com/">https://timeweb.com/</a>  <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a>  <a href="https://rusability.ru/">https://rusability.ru/</a>  Страница с услугами на</p>

			фриланс-биржах: <a href="https://www.weblancer.net/">https://www.weblancer.net/</a> <a href="https://freelancehunt.ru/">https://freelancehunt.ru/</a> <a href="https://work-zilla.com/">https://work-zilla.com/</a> <a href="https://freelance.ru/">https://freelance.ru/</a> <a href="https://www.freelancejob.ru/">https://www.freelancejob.ru/</a> <a href="https://www.freelancer.com.ru/">https://www.freelancer.com.ru/</a> <a href="https://www.upwork.com/">https://www.upwork.com/</a> <a href="https://kwork.ru/">https://kwork.ru/</a> <a href="https://www.fl.ru/">https://www.fl.ru/</a>
Owned	Блог компании, SEO: <a href="https://smmtouch.com/blog">https://smmtouch.com/blog</a>	Owned	Блог компании, SEO: <a href="https://smmtouch.com/blog">https://smmtouch.com/blog</a> email-рассылка
<b>5) Владельцы малого бизнеса и самозанятые</b>			
<b>PESO</b>	<b>Виды коммуникаций</b>		
Paid	RTB-реклама, SEM в РСЯ, контекстная реклама, размещения у инфлюенсеров: Telegram @odigitaladbot <a href="https://t.me/adver_best">https://t.me/adver_best</a> <a href="https://t.me/postiumru">https://t.me/postiumru</a> <a href="https://t.me/marketing_smm">https://t.me/marketing_smm</a> и на партнёрских сайтах о продвижении: <a href="https://in-scale.ru/">https://in-scale.ru/</a> <a href="https://niksolovov.ru/">https://niksolovov.ru/</a> <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a> <a href="https://martrending.ru/">https://martrending.ru/</a> <a href="https://eduzorro.com/">https://eduzorro.com/</a> <a href="https://instrumentary.com/">https://instrumentary.com/</a> <a href="https://targethunter.ru/blog/">https://targethunter.ru/blog/</a> <a href="https://smmplanner.com/blog/">https://smmplanner.com/blog/</a>		
Earned	Комментарии представителя компании в вопросах, связанных с продвижением: <a href="https://otvet.mail.ru/">https://otvet.mail.ru/</a> <a href="https://yandex.ru/q/">https://yandex.ru/q/</a> на форумах для предпринимателей: <a href="https://www.biznet.ru/">https://www.biznet.ru/</a> Новости компании и пресс-релизы: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a> <a href="https://blog.maed.ru/">https://blog.maed.ru/</a>		
Shared	Комментарии представителя компании на сайтах отзывов: <a href="https://otzyvmarketing.ru/articles/">https://otzyvmarketing.ru/articles/</a> <a href="https://otzovik.com/">https://otzovik.com/</a> <a href="https://irecommend.ru/">https://irecommend.ru/</a> в браузере Яндекса. Соц. сети компании в VK,		

	<p>Telegram  Блог-платформы:  Яндекс.Дзен  <a href="https://vc.ru/">https://vc.ru/</a>  <a href="https://habr.com/">https://habr.com/</a>  <a href="https://timeweb.com/">https://timeweb.com/</a>  <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a>  <a href="https://rusability.ru/">https://rusability.ru/</a>  Профиль в Яндекс.Услугах  Страница с услугами на  фриланс-биржах:  <a href="https://www.weblancer.net/">https://www.weblancer.net/</a>  <a href="https://freelancehunt.ru/">https://freelancehunt.ru/</a>  <a href="https://work-zilla.com/">https://work-zilla.com/</a>  <a href="https://freelance.ru/">https://freelance.ru/</a>  <a href="https://www.freelancejob.ru/">https://www.freelancejob.ru/</a>  <a href="https://www.freelancer.com.ru/">https://www.freelancer.com.ru/</a>  <a href="https://www.upwork.com/">https://www.upwork.com/</a>  <a href="https://kwork.ru/">https://kwork.ru/</a>  <a href="https://www.fl.ru/">https://www.fl.ru/</a></p>	
Owned	<p>Блог компании, SEO:  <a href="https://smmtouch.com/blog">https://smmtouch.com/blog</a>  email-рассылка</p>	

Источник: составлено автором.