

Content Marketing Basics

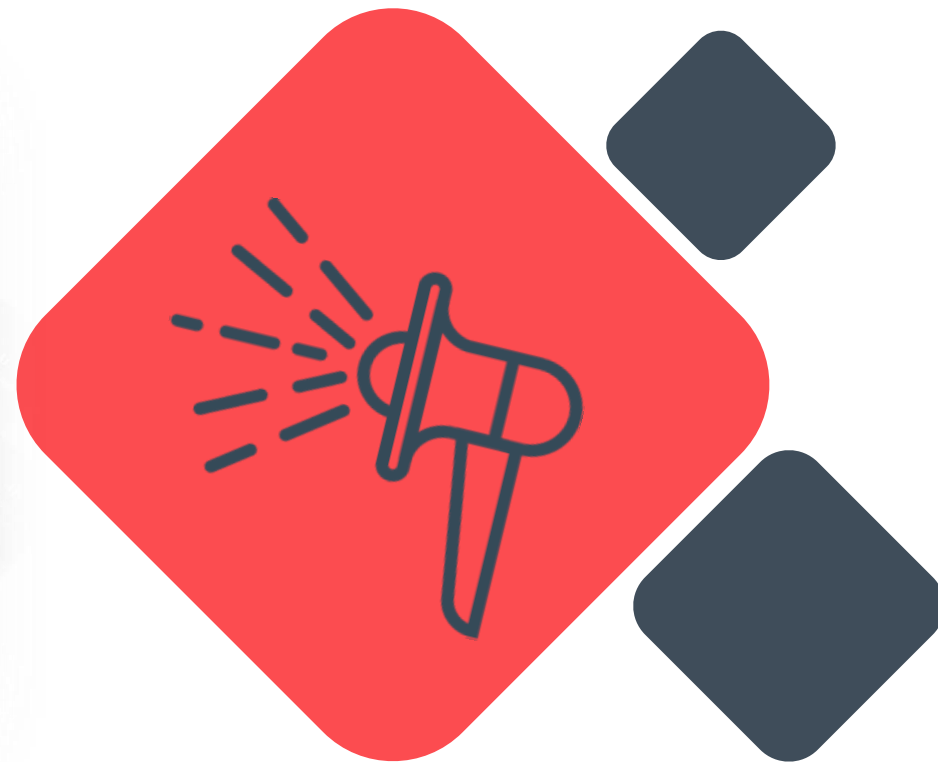
Transformika Coaching Cards

Име
Лидия Соколова

Потребителско име
Amada



SoftUni
Digital

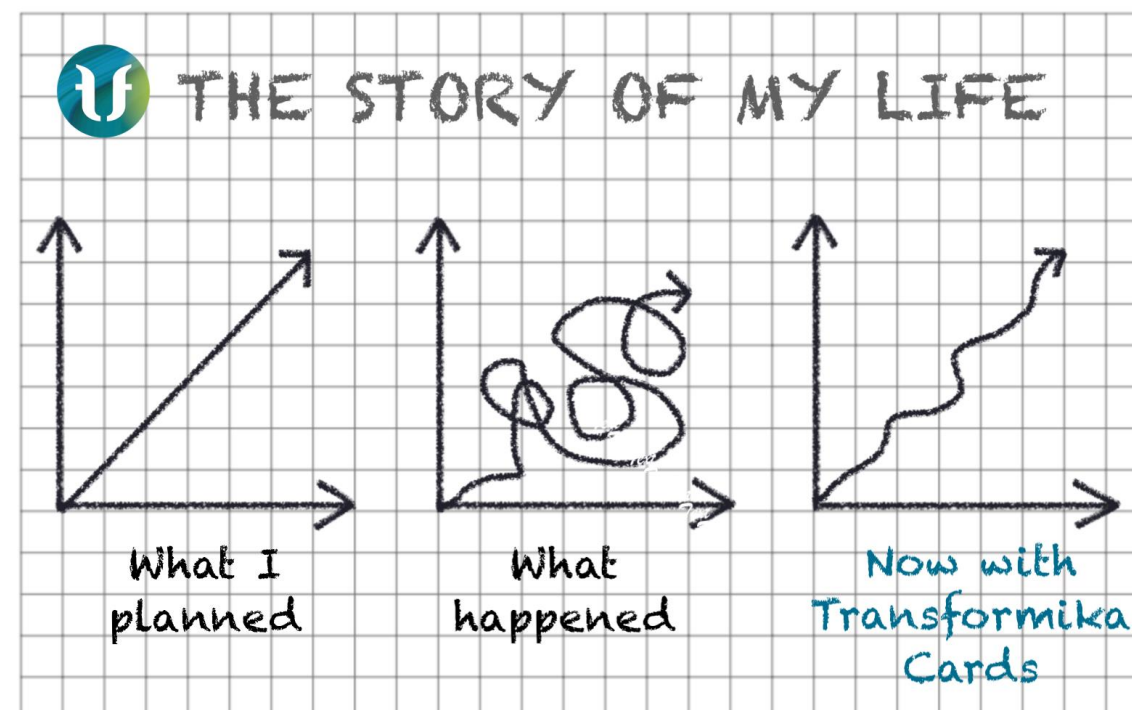


0. Интро към проекта

- *Име на марката* – Transformika www.transformika.org ; www.learn-to-inspire.com
- *Сегмент* – B2C
- *Какво предлагате* – 30+ тематични карти в хартиен и/или електронен формат за себепознаване, себеразвитие, справяне с различни предизвикателства в личен и/или професионален план
- *Как работи бизнесът* – директно към клиенти през Facebook и сайт, основно онлайн и глобално
- *Монетизация* – подажба на продукта -
Карти на успеха (БГ версия), Coaching Cards (EN).
Tarjetas del Exito (SP)
- *Конкуренти (директни или индиректни)* –
Производители на подобен тип продукт в световен мащаб

www.thecoachingtoolscompany.com

www.points-of-you.com



1. Контент маркетинг цели

Цел 1 – **Познаваемост на бранда** – *5000 бр фена на страницата във Facebook до края на годината*

- Ежемесечно – 2 авторски статии в блог на сайта – 1во и 15то число
- Ежемесечно – 2 статии курирано съдържание – намиране, анализ, обобщение – 10то и 20то число
- Ежемесечно – публикуване във Facebook на 4 статии от сайта (авторски и курирани); 4 цитата от известни личности; 2 пъти интересни факти за деня; 3 видеа – ТВ участия, TED, продуктови

Цел 2 – **Монетизация** – *Увеличаване продажбите с 10% до края на месец май*

- Всеки понеделник публикуване на мини серии „Как да...” (“How to...”) за работа с картите (FB)
- Постове с информация за междунордно признати награди за продукта – 17.04. и 24.04. (FB)
- Ежемесечно публикуване на 3 продажбени поста (FB)

Цел 3 – **Newsletter** – *Събрани 100 нови имейла до края на месец май*

- Разработване на 2 събития за регистрация чрез имейл – безплатен онлайн семинар до 30.04.; 14-дневна трансформационна програма до 6.05.
- 3 поста с покана за записване за семинара – 16.04./23.04./30.04. (FB)
- 4 поста за старт на програмата с покана за записване/регистрация - 7.05/14.05/21.05/28.05 (FB)
- Промоционален пост с безплатно съдържание с регистрация чрез имейл – промотиран на 11.04. (FB)

Рея

Възраст: 38

Локация: София, България

Опит и знания: висше образование, интелигентна и желае да се развива, мениджър със среден към висок доход. Динамична работна среда с множество предизвикателства. Няма достатъчно свободно време. Знае езици.

Цитат – Желая да се развивам професионално и личностно, без да се поддавам на напрежение. Често посещавам лекции, семинари, бизнес събития. Чета много и обсъждам с приятели. Веднага включвам наученото в ежедневието си, за да го отработя. Многого ангажименти не ми оставят свободно време, затова търся варианти и за самостоятелна работа.

Ситуация: средно ниво мениджър, наскоро повишена, с малко практически опит, с проблеми от различен характер, с много и нови отговорности. Времето не стига, но иска да се докаже и напрежението в личен план расте. За да подобри дефицитите си, търси инструменти, семинари, книги за личностно развитие, бизнес case studies.

Психография: Активна, с високо самочувствие, организирана, работи върху себе си, подредена, прагматична, спортува, обича да изпъква, да се доказва, ученолюбива, креативна, търси алтернативни подходи, активна в социални мрежи и интернет.

Интереси: баланс работа-личен живот, спорт, самоусъвършенстване, семейство, кариерно развитие, разходки, трупане на знания, учене.

Бранд-влияния:

- Информира се от Мениджър, Капитал, Inc. Magazine, Fast Company
- Следва Тони Робинс за мотивация
- Вдъхновява се от Peter Sage
- Спортува в Next level / Pulse или практикува йога за тонизиране и разпускане
- В свободното си време чете биографии/автобиографии на известни личности – Richard Branson, Elon Musk ...

Рея

Цели, които иска да постигне (Jobs):

- Да надгражда знания/нивото си
- Да открие полезен инструмент, с който да го прави
- Да бъде успешна и развиваща се в очите на другите и в своите
- Да се справи с дефицитите си
- Да бъде по-сигурна и по-амбициозна
- Да работи върху себе си
- Да направи живота си по-смислен и щастлив

Ползи (Gains):

- Възможност за развитие
- Разнообразие от теми
- Работа в удобно време, място и начин
- Решаване на конкретен проблем
- Самостоятелност

Нужди (Pains):

- Трудности при надграждане на знания
- Насока от къде да започне
- Липса на достатъчно време
- Откриване на алтернатива
- Последователни действия

Необходима информация:

- Кои са моите най-силни страни?
- Какво би направила една успяла вече личност?
- Как да се справя с провала, неодобрението?
- Как да изразявам емоциите си?
- Как да се справя с непредвидени ситуации?
- Как да преборя страховете си?

3. Теми на съдържанието

Тема 1: Вдъхновения

- Позитивни утвърждения за преодоляване на самосаботирането и негативните мисли.
- Вдъхновяващи цитати от известни личности, свързани с решаване болките на персоната.
- Мотивационни видеа – за известни; с речи на известни пред завършващи в САЩ; TED.
- newsjacking под формата на игра.

Тема 2: “Как да...” мини-серии

- какво представляват картите (обща информация).
- ... се използват за самостоятелна работа.
- ... се използват за групова работа.
- ... се използват за сесия “one-to-one”.
- ... се използват при целенасочено търсене на решение за определено предизвикателство.
- ... се използват под формата на игра/за забавление.
- ... работим с определена карта.

Тема 3: Фокус продукт

- „От кухнята за картите“ – видео участие в ТВ предаване.
- Безплатен онлайн семинар „Трансформационно лидерство“.
- Другите за нас – споделяне на мнения от партньори и клиенти за ползите от продукта.
- Спечелени международни награди.
- 14-дневна трансформационна програма „Бъди дизайнер на живота си“.
- Безплатен ресурс – сваляне на една от картите.
- Блог – Инструмент за пълноценно общуване и израстване.

4. Типове съдържание

- **Productized** – „Ако не можеш да излезеш навън, влез навътре!“ предоставяне на безплатен достъп до отделна карта от продукта (Dealing with Uncertainty), което е в отговор на кризата и състоянието, в което много хора и бизнеси изпадат. (*FB & LI*)
- **Curated** – подбор на подходящи видеа и текстове, с които да подкрепим идеята на продукта и да бъдем от полза на аудиторията, като отговаряме на въпросите на персоната. (*website, FB & LI*)
- **Newsjacking** – забавна реакция на истерията по презапасяване с тоалетна хартия. (*FB*)
- **User generated** – споделяне обратната връзка на потребители – по какъв начин са използвали картите и как им е помогнало това. (*website & FB*)
- **Interactive** – създаване на модел за представяне при обучения, лекции, семинари, за да получим ценна информация за аудиторията ни (какво търсят, от какво ги е страх, какво очакват...). (*FB & LI*)
- **Собствено съдържание** – поддържане на блог с актуална и полезна информация (може би част от нея би могла да попадне в Evergreen). (*website*)

NB - Към момента, каналите по които достигаме до аудиторията ни са – основно Facebook и website. Слабо участие в LinkedIn. Instagram предстои.

5. Примерен календар за регулярно съдържание

Понеделник	Вторник	Сряда	Четвъртък	Петък	Събота	Неделя
How to – общо представяне на картите FB		Позитивно утвърждение - самотивация FB IG		ТВ участие за представяне на картите website LI		Newsjacking – игра с тоалетна хартия FB IG
How to – самостоятелна работа с картите FB	Награда – най-добър продукт в категория иновации FB website LI		Вдъхновяващ цитат срещу стрес FB		Видео с мотивационна реч на Арнолд Шварценегер FB	
How to – работа с конкретна карта FB		Промоция – Ако не можеш да излезеш навън, влез вътре! FB LI		Събитие – семинар Трансформационно лидерство FB website LI		Видео с Chow Yun Fat – да успееш без да изгубиш себе си FB
How to – забавната страна на картите FB	Инструмент за пълноценно общуване и израстване website LI		14-дневна трансформационна програма FB website		Позитивно утвърждение – справяне с негативни мисли FB IG	New arrivals – Карти за вдъхновение FB website LI

6. Дългоформатно съдържание

- *Идея:* 14-дневна трансформационна програма „Бъди дизайнер на живота си“ (подробна и практична програма с множество методи и инструменти за употреба + видео съдържание + упражнения за самостоятелна работа + курирано съдържание – линкове с полезни материали, в подкрепа на темите)
- *Коя от контент маркетинг целите (т.1) изпълнява?* Цел 3 - Събиране на имейли за създаване на Newsletter
- *Формат на съдържанието:*
 - блог пост на сайта (въведение; цялостна програма, разбита по теми; съдържание и цели на всяка от темите; ползи от обученето; възможност за записване);
 - ежедневен имейл за всяка от темите;
 - затворена FB група за обсъждане на темите и съвместна работа.
- *Канал, в който се създава:* имейл, уебсайт, FB

6. Дългоформатно съдържание



7. Дистрибуция и преизползване

- Преизползване на съдържанието в нови канал, формат и аудитория – *затворена група в LinkedIn*
- Регулярни постове-тийзъри с информация за програмата и покана за включване – *LinkedIn*
- Интро-програма и лектори – *newsletter до нови клиенти и LinkedIn*
- Курирано съдържание по теми от програмата (всяка от 14те теми в програмата има добавени линкове към чужди източници в подкрепа на темата) – линк/ове ще бъдат споделени и доразвити спрямо съответните канали - *Facebook и LinkedIn*
- Инфографика на 14те теми в програмата с топ-полза от всяка – *Facebook, LinkedIn и Instagram*
- Постове с интересни въпроси и отговори, възникнали по време на програмата - *Facebook, LinkedIn*
- Добавяне на линк към програмата в подписа на имейли, документи и др.

- *Първична метрика:*
 - събрани имейли от записани за програмата
- *Вторични метрики:*
 - регистрирани за програмата
 - достигната аудитория в Facebook чрез поста за програмата (reach)
 - споделяне на поста за програмата през Facebook (share)
 - отишли на сайта от Facebook (CTA)
 - bounce rate