

MARKETING STRATEGY

[@schauman.poznan](#)



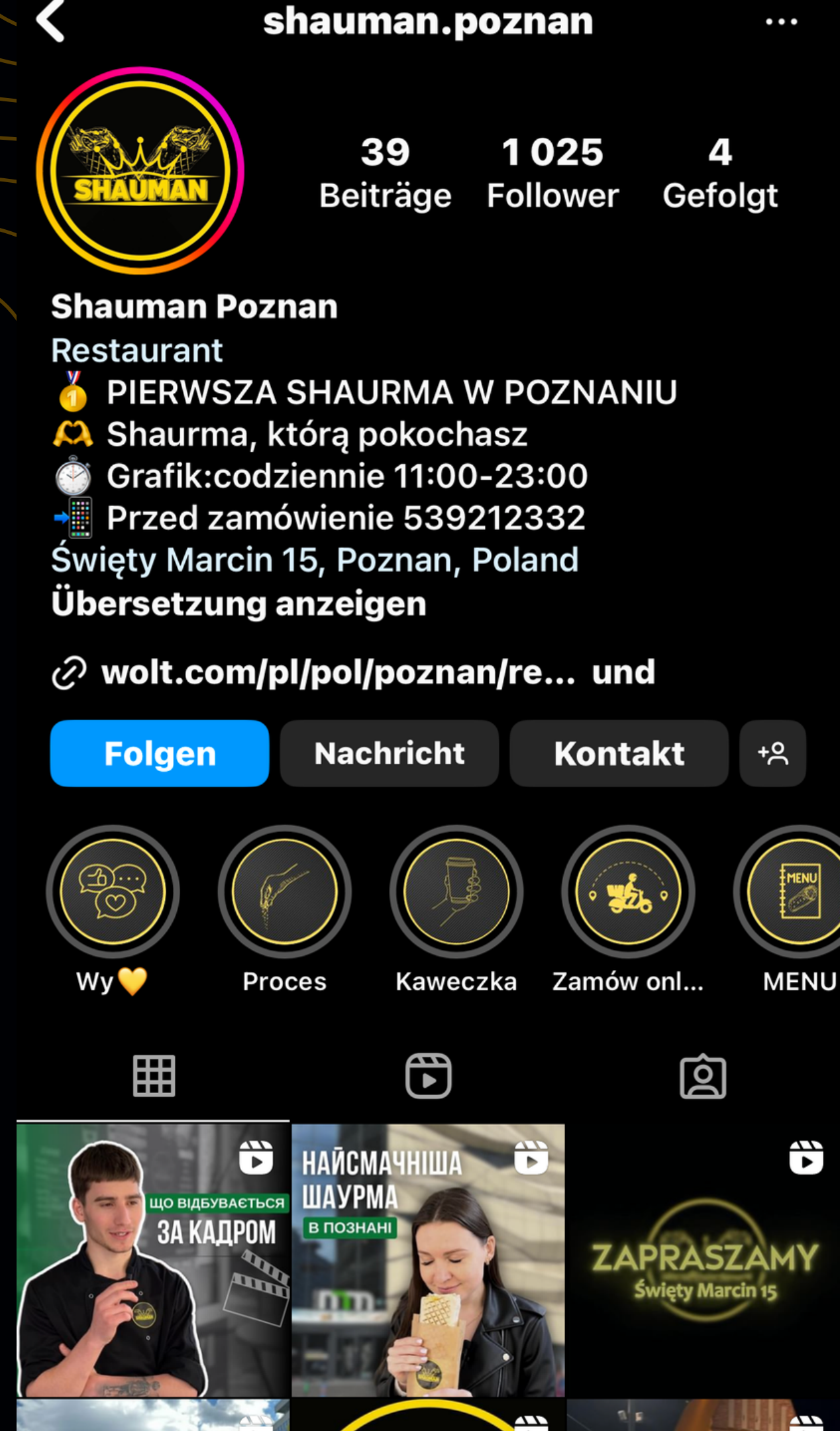
АНАЛІЗ АКАУНТУ

Плюси

- нікнейм відповідає тематиці бізнесу та легко запам'ятовується
- є аватар та логотип
- зрозуміла навігація закріплених сторіз
- тільки важлива інформація в шапці профілю
- сильне утп

Мінуси

- відсутня стратегія просування
- відсутня комунікація з аудиторією
- відсутня візуальна концепція
- не підходять іконки актуальних сторіз під стилістику профілю



ХТО КЛІЄНТ?

АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

Чоловіки та жінки віком від 14 до 60 років.
Жителі міста Познань та туристи , котрі приїхали
подивитися центр
Люди з середнім та малим заробітком та пустим
шлунком)



Продаємо багато видів шаурми
з різними добавками , хот-доги
,сулугуні та напої



ToV (Ton of Voice) дружній , але
доволі серйозний .
Використовуються жарти та
тепла комунікація з аудиторією

АНАЛІЗ БІЗНЕСУ

речі, від яких залежить спрямування контенту на певні теми



Відгуки



Goals

Відкриття закладу , де
можна буде посидіти з
друзями, подивитись
футбол та інше



**Доставка по
місту**



**Дружній
персонал**



**Відповідальність
за смак та якість**



Довіра



Інтерграція

“Не купують тільки ті,
хто про нас не знає”

МЕТА БІЗНЕСУ

Офлайн

Привести клієнта в фактичну точку

Онлайн

Привести клієнта до замовлення онлайн

Створення візуальної концепції

Підтримання репутації

Комунікація та збільшення уваги до контенту

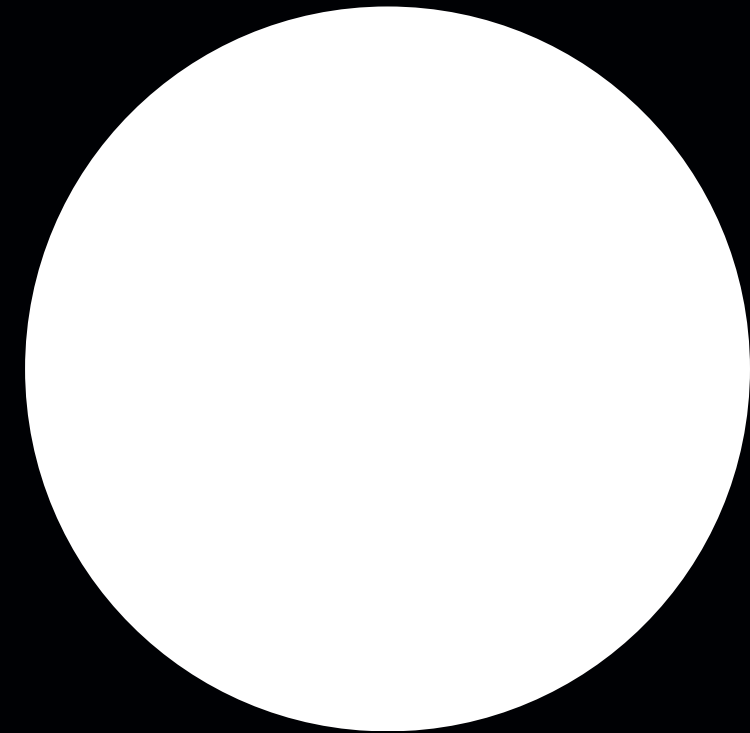
ВІЗУАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ

ШРИФТИ :

GARET EXTRA BOLD
GARET EXTRA BOLD
Garet extra bold
Garet extra bold

MONTERRAT SEMI BOLD
montserrat
montserrat

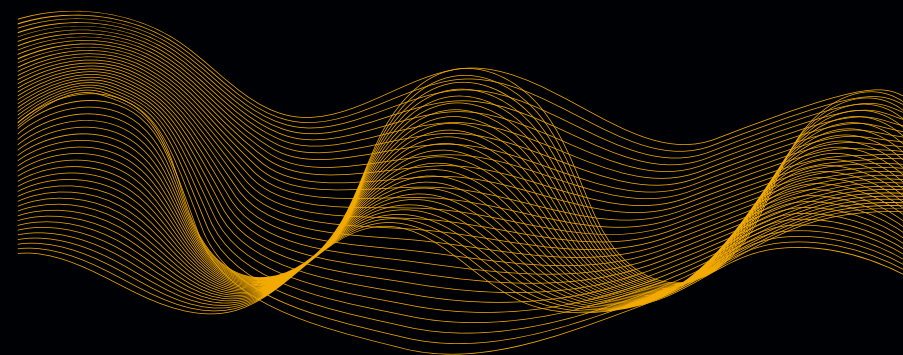
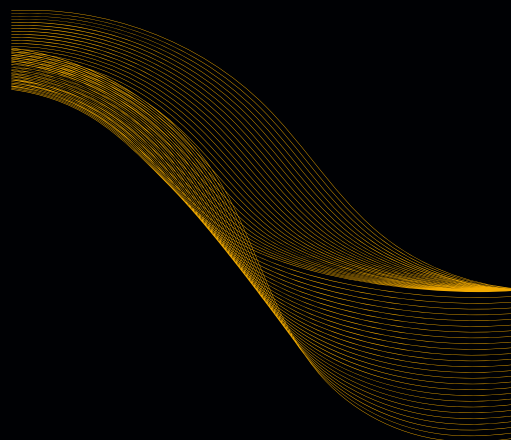
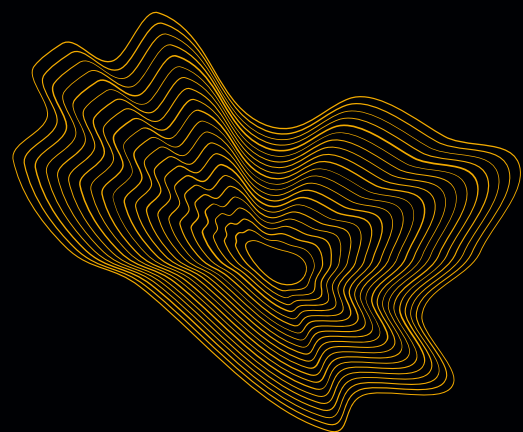
КОЛЬОРОВА ГАМА



ЕЛЕМЕНТИ ТА ЗНАЧКИ :



+графічні вставки



ПРИКЛАД ВІЗУАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ

пости з акцентом на довіру
клієнтів. Розповідається про якість
продуктів, персонал, які складові
входять та як можливо спробувати
(замовивши або у food track'у)

