Кот Бозиткин активно влился в интернет-сообщество

Весной 2012 года перед PR-отделом PK PR-Trade была поставлена задача продвижения марки влажного питания для кошек Bozita Mini в сети Интернет. Основным действующим лицом данной кампании должен был стать фирменный персонаж марки - Кот Бозиткин
.

На предварительном этапе были проанализированы и выбраны наиболее подходящие и отвечающие задачам проекта средства и каналы интернет-коммуникаций с целевой аудиторией.

Задачи проекта были следующими: привлечение внимания целевой аудитории потенциальных покупателей к продукту, повышение степени узнаваемости марки у целевой аудитории, способствование формированию у целевой аудитории лояльного отношения к продукту, а также способствование формированию заинтересованности целевой аудитории в продукте.

Решено было сконцентрироваться на продвижении в социальных сетях и на профильных форумах образа Кота Бозиткина , продукта Bozita Mini и проводимых маркой акций стимулирования сбыта.

Было принято решение выполнить следующие действия:

- в первую очередь, создать аккаунты Кота Бозиткина в ряде социальных сетей, в них же сделать тематические группы от лица Кота Бозиткина. Группы должны содержать как рекламную информацию, так и информацию познавательного, развлекательного, интерактивного характера, в том числе уникальные материалы, созданные специально для данных групп;
- в дальнейшем планировались регулярное наполнение групп материалами и параллельная работа по привлечению новых участников в группы. Одним из элементов работы с участниками групп должны были стать различные интерактивные мероприятия: конкурсы, опросы и прочее. Это позволило бы лучше взаимодействовать с представителями целевой аудитории, состоящими в группах, а также – расширить

спектр возможностей для привлечения «новичков» как из социальных сетей, так и из других интернет-ресурсов.

Основной концепцией продвижения образа Кота Бозиткина как фирменного персонажа стала идея о том, что кот/кошка – это полноправный член семьи. Соответственно, он ведет себя также как член семьи, имеет свои взгляды на жизнь, свою философию, интересы, увлечения и занятия. Он также вполне может вести активную жизнь в Интернете, в частности в социальных сетях, делиться своими впечатлениями об окружающем мире, а также о любимом питании Bozita Mini.

Изначально проект продвижения был рассчитан на несколько недель. Но в процессе работы сотрудниками PR-Trade совместно со специалистами компании-клиента было принято решение увеличить срок работы над проектом. Стало понятно, что намеченный объем работы займет значительно больше времени, чем планировалось, как по субъективным, так и по объективным причинам. Поэтому также было принято решение несколько скорректировать концепцию продвижения: в частности, сосредоточиться на продвижении аккаунта и особенно тематической группы в социальной сети «ВКонтакте», и размещении несколько меньшего количества информации в других социальных сетях.

Таким образом, Кот Бозиткин, представляющий марку Bozita Mini, активно и органично «влился» в интернет-сообщество участников социальных сетей. Хотя еще предстоит значительная работа как с социальными сетями, оставшимися неохваченными, так и рядом других интернет-ресурсов. Важные моменты, на которые необходимо обратить внимание при реализации подобного проекта:

- в условиях ограниченности проекта определенными временными рамками из обширного плана работ следует выбрать наиболее актуальные и эффективные действия для получения необходимого результата на конкретный момент времени;
- важно, чтобы план работ подобного проекта был достаточно «мобилен» и по возможности мог быть скорректирован в зависимости от хода работы и получаемых результатов;
- работа в сети Интернет, связанная с продвижением в социальных сетях, на форумах и других подобных ресурсах, представляет собой особое направление, которым должен заниматься отдельный сотрудник или привлеченный специалист;
- в работе над проектом важно учитывать специфику ресурсов, с которыми придется взаимодействовать, так как необходимо суметь грамотно подать продукт или персонажа с их помощью.