МАРКЕТИНГ · СТРАТЕГИЯ · ПРОДАЖИ

Рабочие кейсы

Наталья — маркетинг, личный бренд и стратегия

Наташа

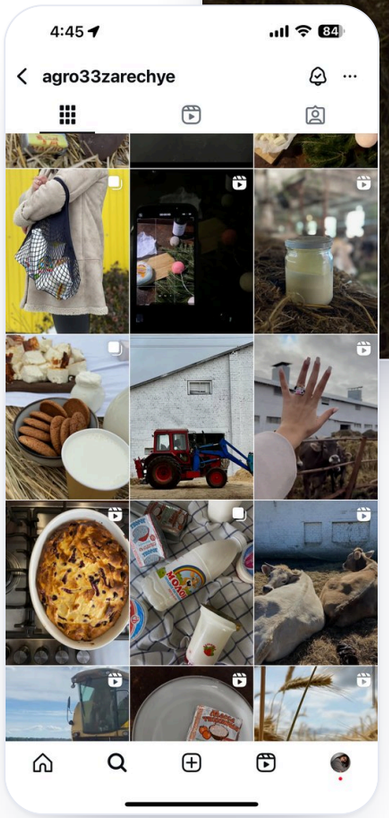


CASE 1

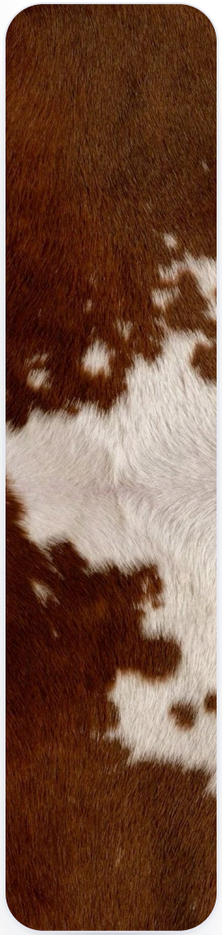
АО «Агрофирма Заречье»

До начала моей работы компания не имела соцсетей, бренда, онлайн-присутствия или внешнего позиционирования. Агрофирма работала в офлайн-формате без коммуникаций с аудиторией.









ОНЛАЙН

Реализовано

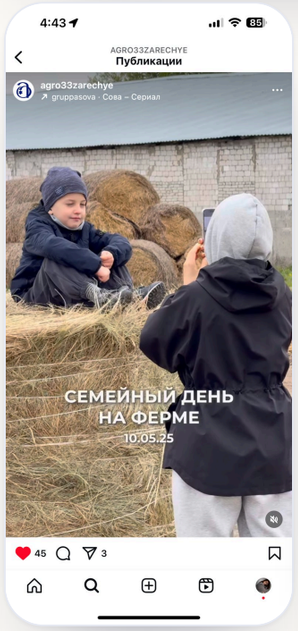
- Запуск официальных соцсетей с нуля (VK, Instagram) — визуал, рубрики, tone of voice (высокий UGC-показатель)
- Введение маскотов-героев (рубрика в социальных сетях с Ниной и Зиной), которые стали узнаваемым символом бренда;
- Создание уникального визуального стиля и контента с региональной идентичностью;
- Повышение вовлечённости и построение активного сообщества.

ОФФЛАЙН

Событийный маркетинг

- Проведение первого мероприятия с блогерами и местными лидерами мнений — от идеи до реализации;
- Разработка и отрисовка пригласительных, навигации и декораций;
- Организация мероприятий для семей и детей — живой контакт с продуктом.









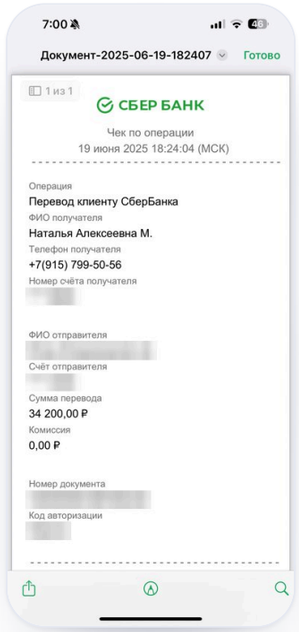
Коммерциализация через PR:

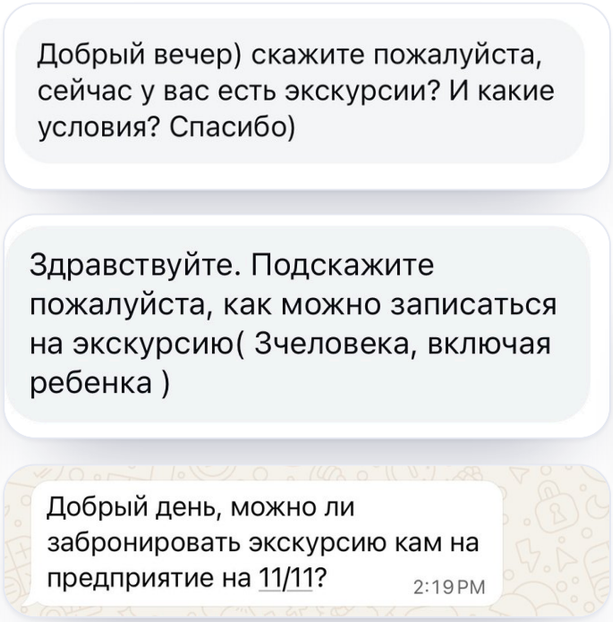
- Запуск экскурсий на производство на платной основе;
- Раньше: только видеоролики без взаимодействия с аудиторией;
- Сейчас: востребованная offline-услуга, приносящая доход;

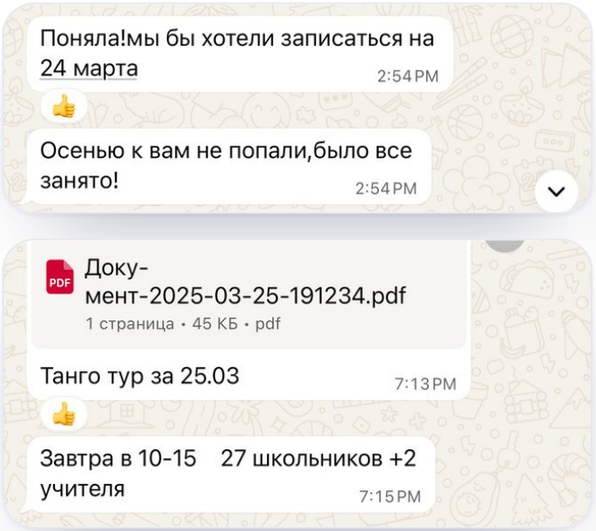
ИТОГ ЗА ИЮНЬ:

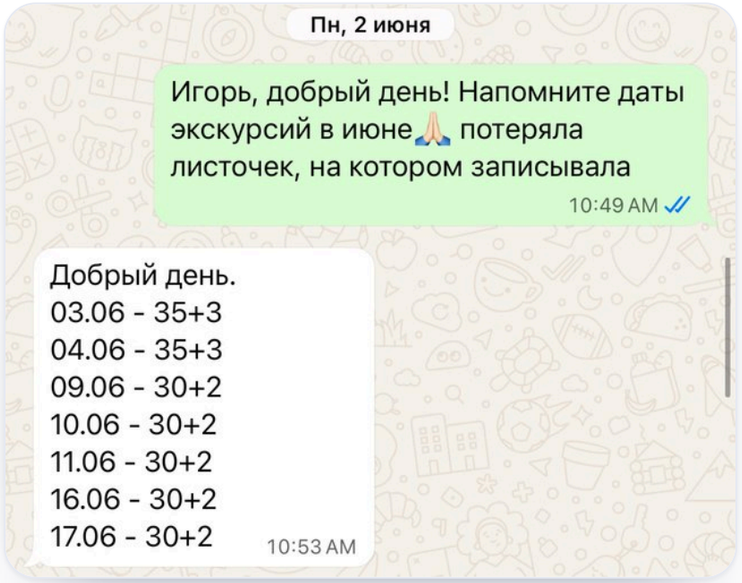
97 000 руб.

выручки только от экскурсий.

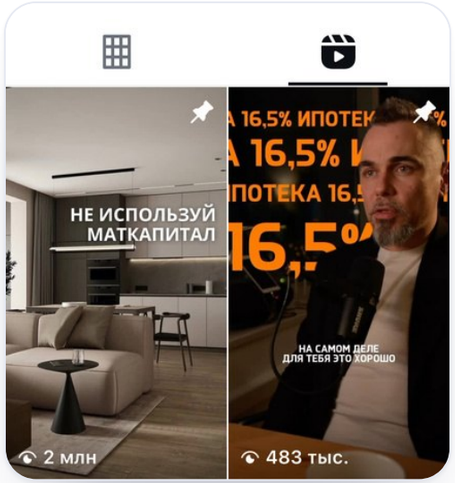


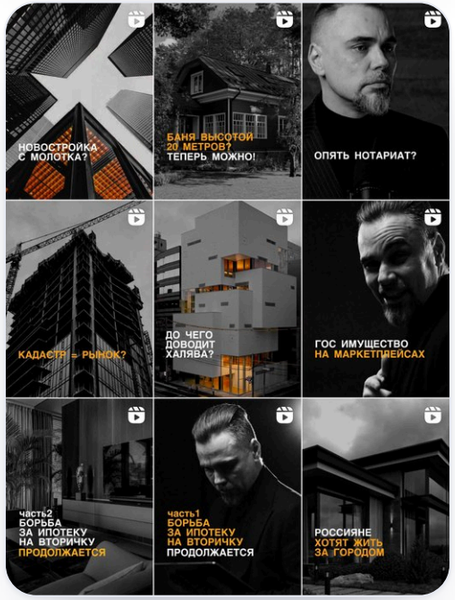












CASE 2

Skyhound (Сергей)

Продвижение личного бренда Сергея, как основателя агентства недвижимости:

ЦЕЛЬ

рост до 10 000 подписчиков за активную работу — достигнуто (Instagram)

ЗАДАЧИ

контент-план, визуал, коллаборации.

ОСОБЕННОСТИ

рост вовлечённости — от лайков к комментариям, увеличение просмотров.

inst: serge.skyhound

Отзыв Сергея о сотрудничестве

Можете посмотреть видео, записанное Сергеем о работе со мной

Смотреть видео



CASE 3

Карина

(парфюмерный стилист)

ЦЕЛИ

достижение аудитории 15 000; повышение спроса — рост заказов через Direct; привлечение рекламодателей.

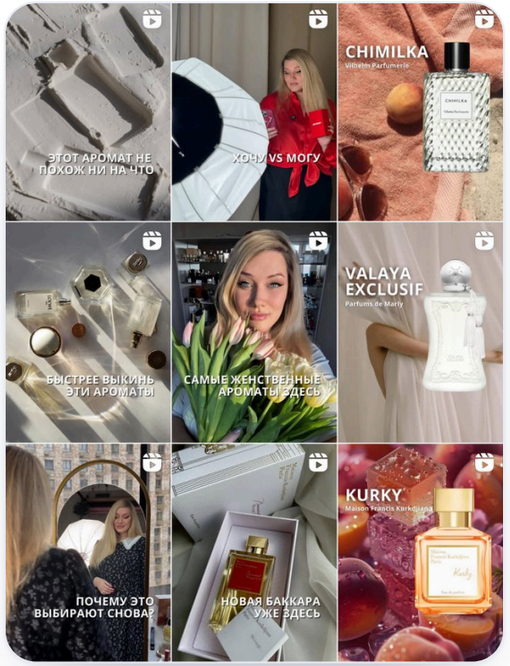
ТАКТИКА

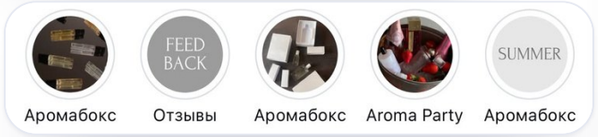
визуальный сторителлинг, повышение медийного доверия, таргет удобно-нишевой аудитории.

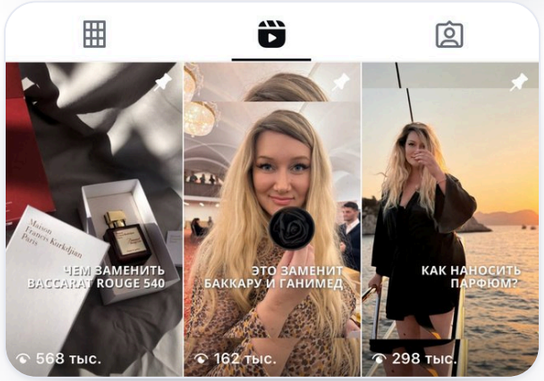
РЕЗУЛЬТАТЫ

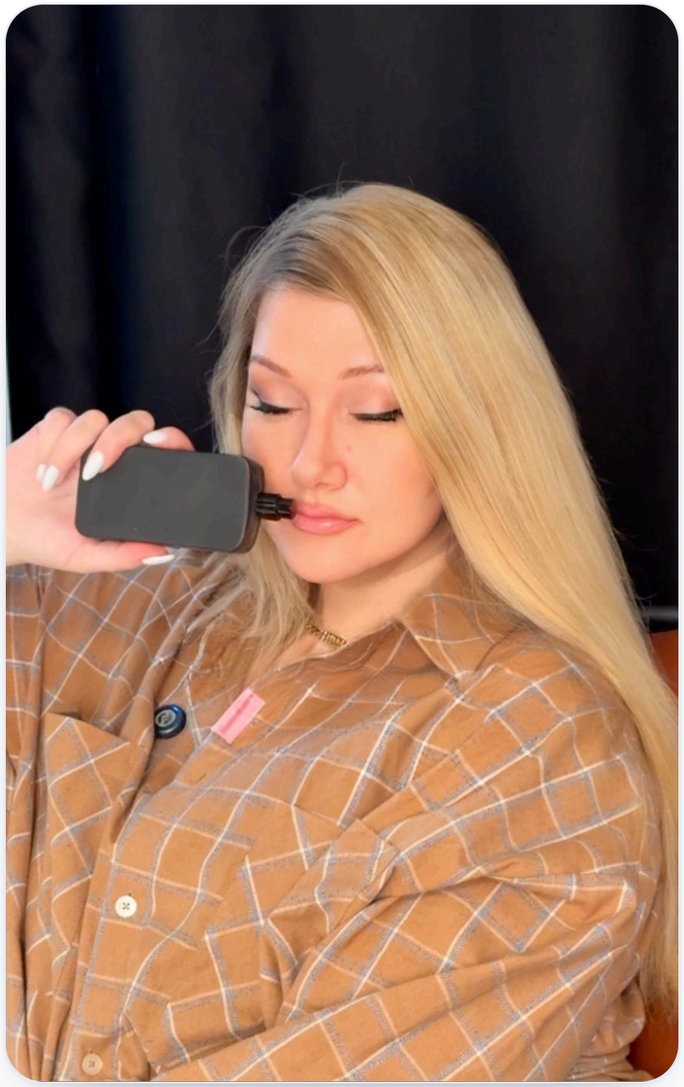
нужные цифры, состоявшийся трафик и сделки.

inst: karinanepodobed



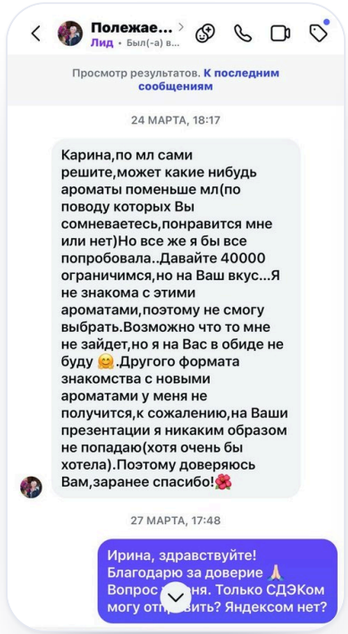


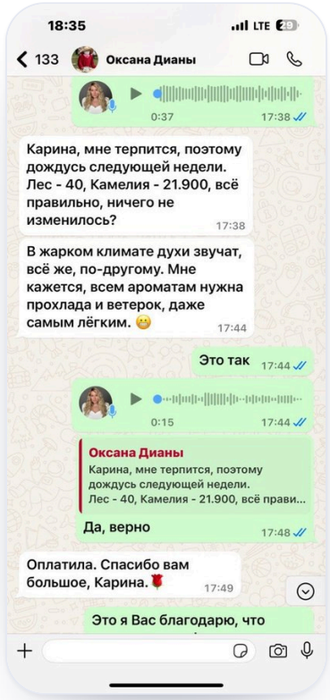


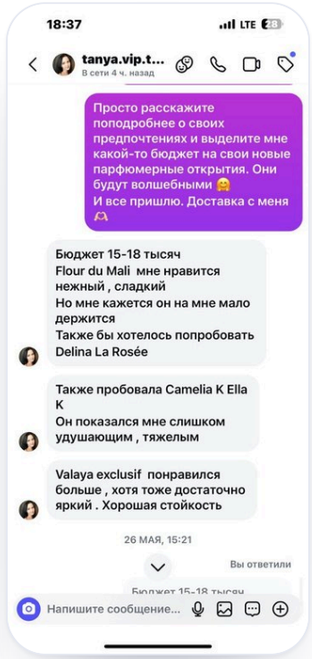


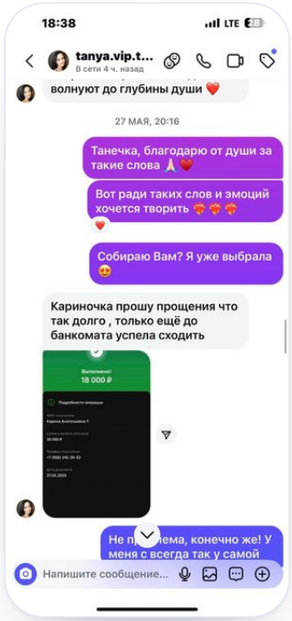
Монетизация и показатели

568 033 просмотра **20 593** взаимодействия **4 052** действия в профиле

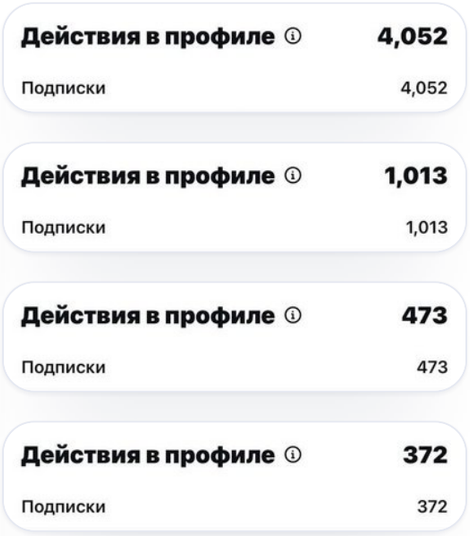












CASE 4

Евгения Шеманаева

(главврач ОБУЗ ОДКБ)

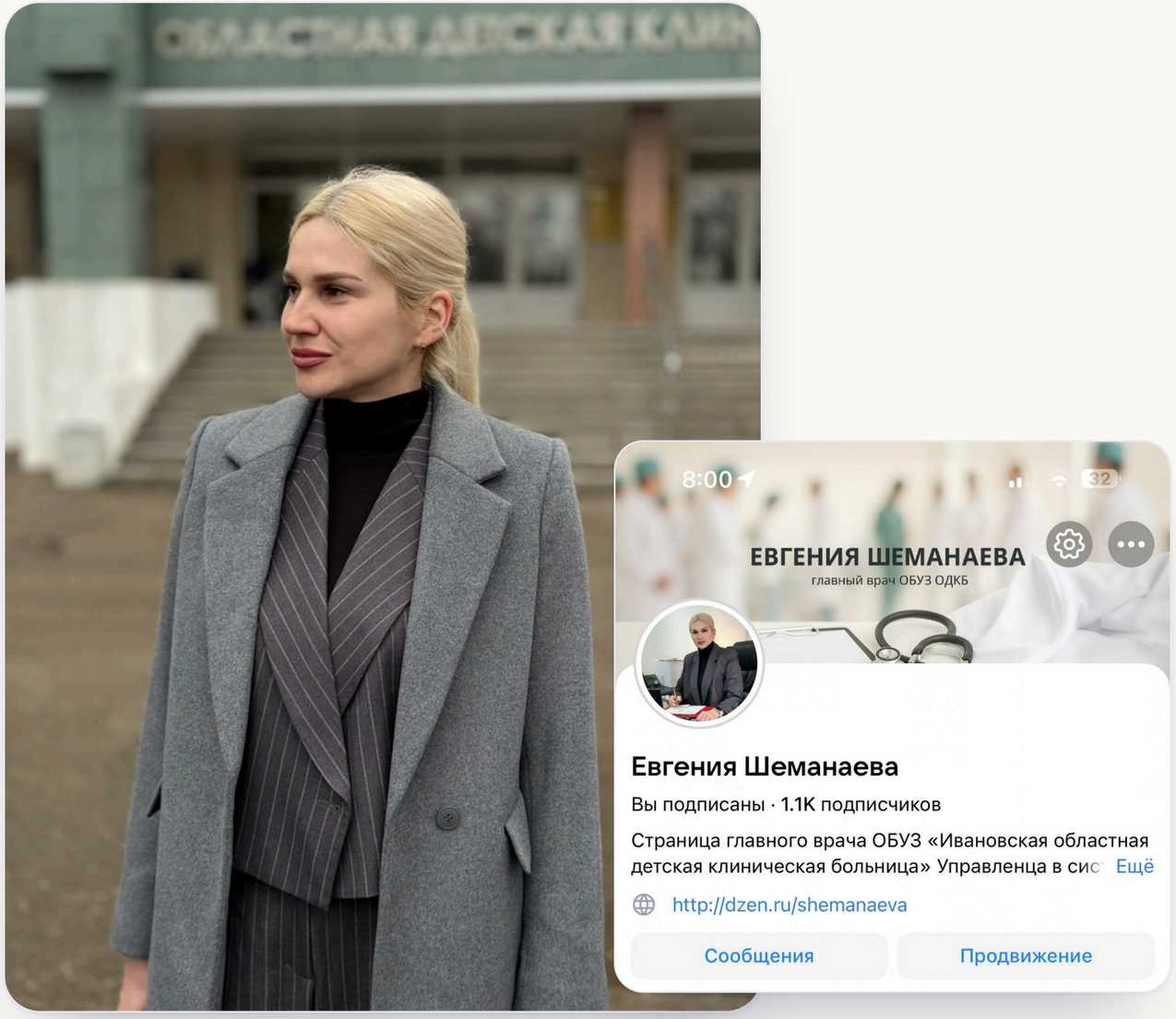
Не только соцсети, а PR, СМИ (речи), формирование экспертного образа.

ЗАДАЧИ

создать образ профессионала, взаимодействие с профильными учреждениями, структура и контент текстов, стратегии.

РЕЗУЛЬТАТ

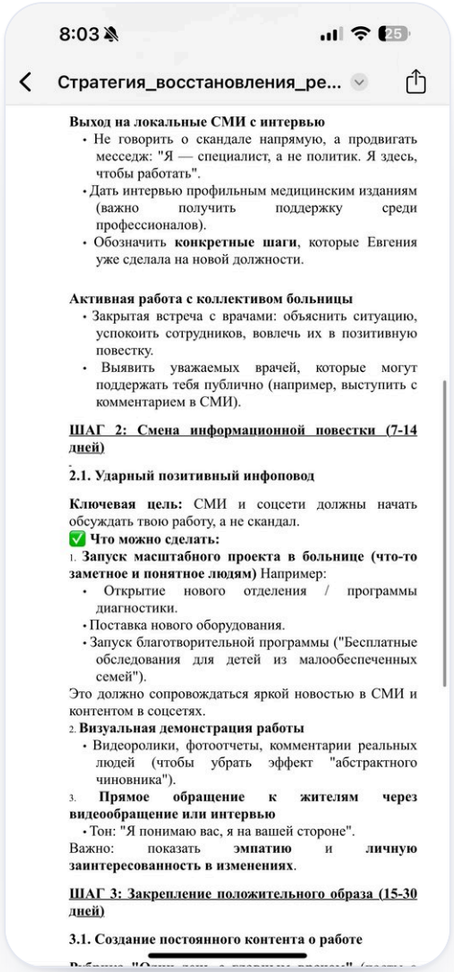
узнаваемость в медсообществе, рост доверия пациентов/коллег.

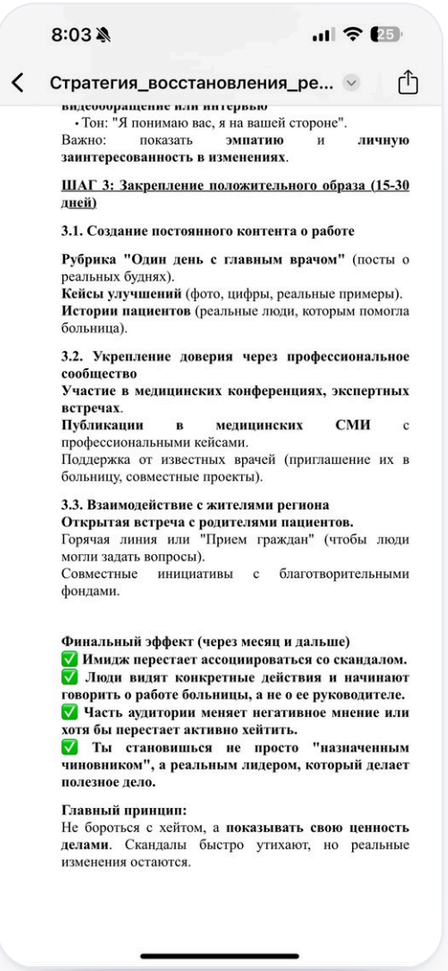


PR-strategy

Восстановление репутации в кризисный период для Евгении Шеманаевой







Speeches

Для встречи со СМИ





речь.docx

Меня зовут Шеманаева Евгения Владимировна , и уже более 15 лет моя жизнь связана с медициной. Сейчас я стала руководителем одной из важнейших больниц нашего региона — Ивановской Областной детской клинической больницей.

Сейчас в больнице будут происходить достаточно важные изменения: в процессе лицензирования оказание реабилитационной помощи детям травматологического и ортопедического профиля. Это новое направление в нашей больнице, до этого подобной помощи мы не оказывали.

Еще стоит отметить, что в 2025 году больнице выделено 245 млн из областного бюджета, 59 из которых будут направлены на приобретение медицинского оборудования для укомплектования отделения анестезиологии – реанимации, а 176 млн - рублей на приобретение медицинского оборудования

Я в свою очередь благодарна всем за веру и поддержку. Будьте уверены, наша цель - обеспечить безопасность и здоровье детей. Я открыта к диалогу с пациентами и коллегами, поэтому отвечу на все интересующие вопросы

Готово Речь на встрече с журналиста...

Речь на встрече с журналистами

1. Вступительное слово:
"Добрый день. Я понимаю, что сейчас вокруг нашей больницы и работы отделения детской реанимации и анестезиологии развернулась непростая ситуация. В первую очередь хочу сказать, что главная цель моей работы — это здоровье и безопасность наших маленьких пациентов. Я благодарна каждому сотруднику больницы за их преданность делу и профессионализм. Хочу ответить на все вопросы честно и открыто."

2. Про оборудование и техническое обеспечение:
"Техническое обеспечение — один из важнейших аспектов работы реанимационного отделения. На момент моего прихода на должность действительно существовали определенные проблемы с оборудованием. В процессе нашей проверки были подняты вся документация, в числе которых были контракты на обслуживание оборудования.

Что недавно поступившего оборудования, поступило 109 единиц, из которых 12 аппаратов ИВЛ - оборудование исправно и работает в штатном режиме.

245 млн субсидий из бюджета

Важно подчеркнуть, что безопасность пациентов — наш главный приоритет. Мы провели тщательный анализ ...яния всех аппаратов ИВЛ, они соответствуют ...тивным требованиям.

...нейшем будем активно взаимодействовать с ...аментом здравоохранения и другими структурами, ... не допускать подобных сбоев.

4. О ситуации с увольнением заведующей реанимации Ольги Коноваловой:
"Я уважаю вклад Ольги Станиславовны в работу отделения и понимаю, что её уход вызвал широкий общественный резонанс. Мне искренне жаль, что сложилась такая ситуация. Мы готовы продолжать поддерживать коллектив отделения и привлекать новых специалистов, чтобы обеспечить качественную и безопасную помощь детям.
Что касается всех выдвинутых обвинений в мой адрес и в адрес администрации больницы, хочу подчеркнуть: наша цель — сохранить высокий уровень медицинской помощи и обеспечить достойные условия труда. Если были допущены ошибки в управлении, мы их обязательно проанализируем и исправим."

CASE 5

Адвокат, эксперт по ДТП —

Елена Елисова

ЗАДАЧА

Усилить личный бренд эксперта, увеличить узнаваемость и превратить социальные сети в стабильный источник заявок.

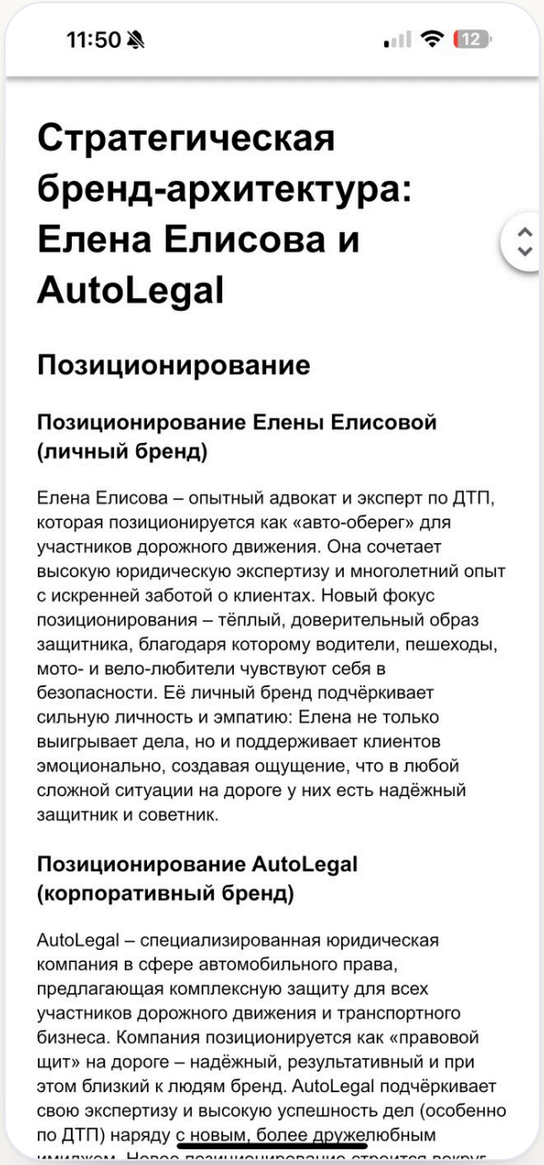
inst: advokatelisova





Что было сделано

- Разработана стратегия развития личного бренда.
- Выстроена контент-стратегия с упором на короткие экспертные видео.
- Настроена регулярная система публикаций — ежедневный выход контента.
- Разработаны сценарии, форматы и механики удержания аудитории.
- Сформирована система работы, позволяющая масштабировать охваты.



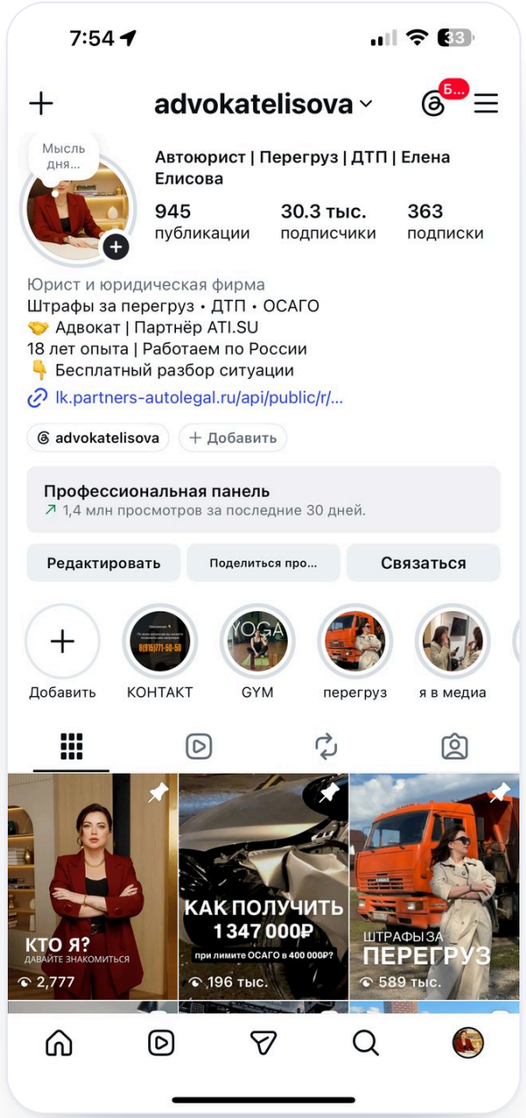
Результат за 9 месяцев

1 600 → 30 000

Рост аудитории с 1 600 до 30 000 подписчиков

- Активный рост аккаунта начался уже на третьем месяце после внедрения стратегии.
- Достигнут стабильный ежедневный выпуск видеоконтента.
- Социальные сети стали постоянным источником входящих обращений





Result

Одно видео принесло:

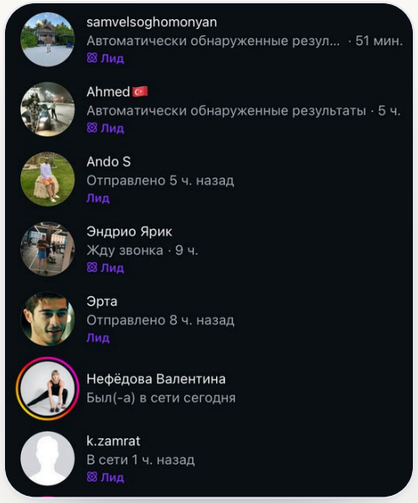
> 400

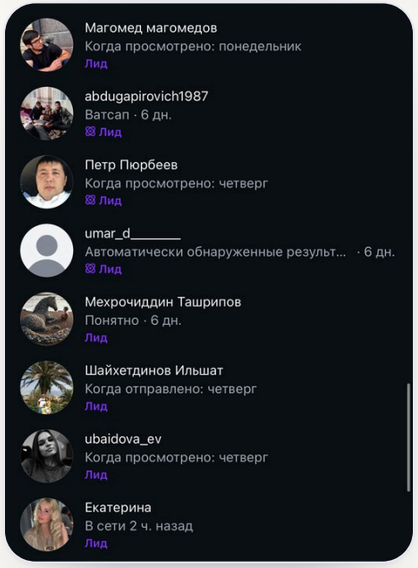
горячих лидов

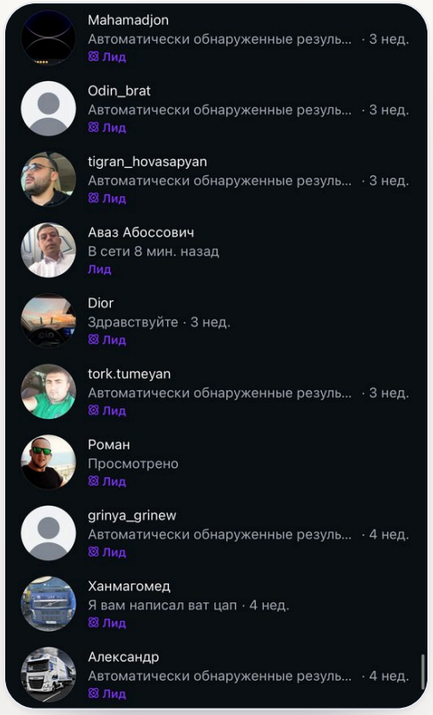
10,5 млн ₽

выручки

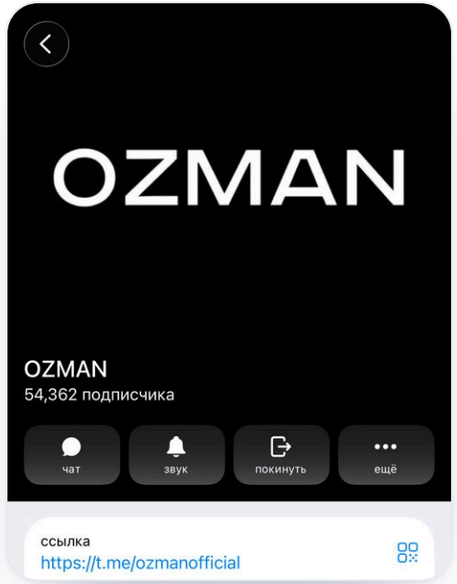


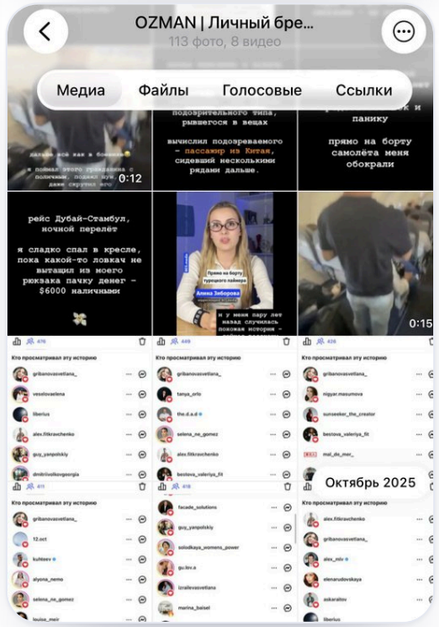












CASE 6 · FORBES

Дмитрий Озман

Директор по развитию Forbes

ЗАДАЧА

Разработать стратегию развития личного бренда и создать фундамент для дальнейшего продвижения

Forbes

Что было сделано

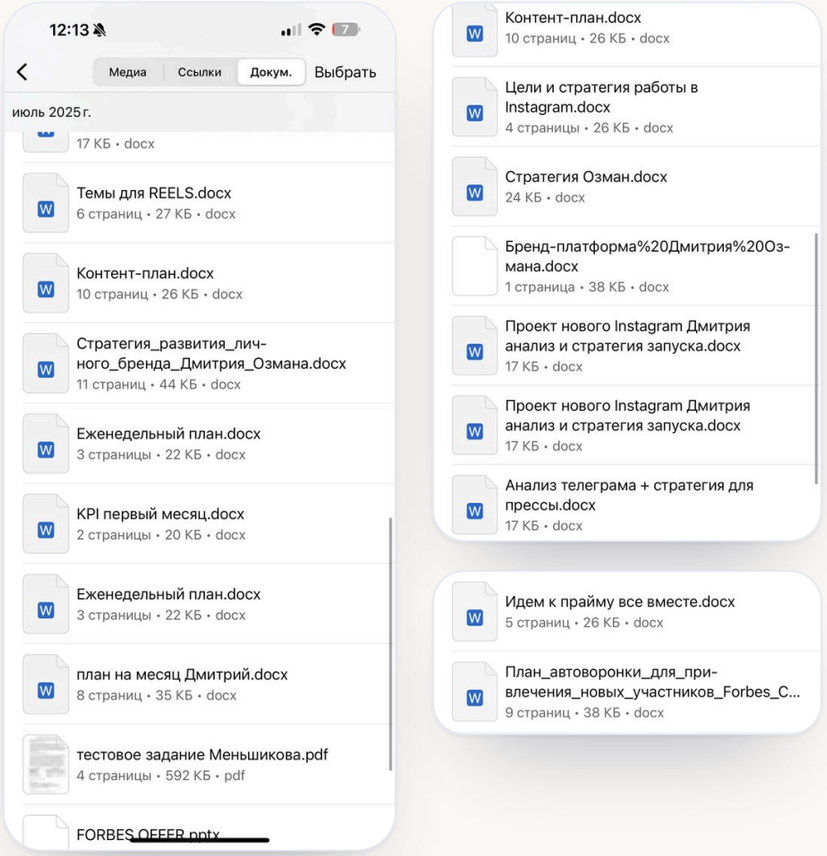
- Проведён стратегический анализ.
- Разработано позиционирование личного бренда.
- Сформирована ДНК бренда.
- Выстроена коммуникационная стратегия.
- Разработаны сценарии и контентная система.
- Сопровождение на профильных мероприятиях.
- Участие в организации мероприятий.
- Освещение мероприятий и формирование медийного присутствия в социальных сетях.

Результат

Проект носил стратегический характер.

Клиент получил:

- готовое позиционирование;
- ДНК личного бренда;
- коммуникационную стратегию;
- сценарии контента;
- систему дальнейшего продвижения;
- понятный вектор развития личного бренда.



Thank you

Буду рада сотрудничеству с вами

E-MAIL

menshakkk@yandex.ru

PHONE

+7 (915) 799 5056

