

Привет!

Спасибо, то согласился:ась сделать тестовое задание. Пришли его пожалуйста в формате гугл докс с правами на редактирование. В названии документа укажи свое имя и фамилию, а внутри документа ссылку на свой тг.

Тестовое основано на задачах, с которыми ты столкнешься в работе.

### **Задание #1**

Одна из главных задач будет привлечение органической аудитории в блог с помощью Reels. Опишите пошагово, как вы будете выстраивать Reels стратегию.

Представим, что мы уже изучили триггеры аудитории на основе JTBD и разобрались в продукте. Теперь выстраиваем стратегию.

<b>Этап</b>	<b>Процесс</b>	<b>На выходе</b>
Изучение Reels конкурентов	Отбираем конкурентов по показателю прироста аудитории за последний месяц. Делаем выборку из ~ 300 Reels конкурентов → каждому Reels назначаем тему и визуальный формат → высчитываем ERR роликов и отмечаем лучшие (> 3%) → проверяем был ли буст подписчиков после выхода Reels → высчитываем топ тем по 2 показателям (ERR и буст подписчиков) → высчитываем топ визуальных форматов по ERR.	Топ-3 темы, которые виралят у конкурентов.  Топ-3 визуальных форматов, которые заходят у конкурентов.  ~ 30 топовых рилс конкурентов по ERR и бусту подписчиков, которые можно адаптировать под себя, оставляя хук.
Ресерч интересов аудитории в интернете	Собираем информацию из: <ul style="list-style-type: none"><li>- статей с большими просмотрами и комментариями</li><li>- длинных роликов с большими просмотрами и коментами</li><li>- форумов</li></ul>	Топ-3 или 5 триггерных тем  Формулировки запросов/болей/желаний клиентов на их языке

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комментарии из всех источников выше (берем только повторяющиеся и сохраняем формулировки)</li> <li>- топ-запросов по теме в поисковиках</li> </ul>	
Анализ внутренней аналитики вышедших Reels	Анализируем вышедший Reels по показателям CR в сохранения/репосты и % досматриваемости.	Список роликов, которые имеют потенциал завируситься. Мы будем их улучшать и перевыкладывать.
Мозговой штурм и контент-план	Выписываем топ-тем из ресерча → к каждой теме команда пишет по 5-10 идей → выбираем лучшие идеи → приоритезируем идеи → составляем контент-план.	Контент-план на 30-40 роликов для первых тестов.
Построение контент-машины	Выписываем каждый этап производства → назначаем ответственного → прописываем дедлайны.	Четкий план по выкладке Reels с определенной частотой.
Реализация Reels контента	Формируем эталоны качественного Reels → пишем сценарии → ставим тз на съемку → ставим тз на монтаж → выпускаем ролик.	20 готовых Reels на топовые темы по анализу триггеров клиента.
Анализ выпущенного контента	Проводим тестирование тем и визуальных форматов → собираем данные → выявляем успешные по ключевым показателям → масштабируем → неработающие убираем.	Топ-лучших темы и визуальных форматов из прошедшего теста.
Коррекция стратегии	Проводим новый ресерч → генерим новые гипотезы из ресерча → генерим новые гипотезы из внутренней аналитике → приоритезируем → готовим следующий тест.	Стратегия по Reels на следующий месяц на основе исследований и данных.

## Задание #2

Ключевые задачи СММ — привлечение лидов и набор новой аудитории. Подберите к каждой задаче 2-3 метрики, по которым вы будете определять успех.

Привлечение лидов	CTR, CR в лид/продажу, качество лидов	Инструменты: контентные и коммуникационные воронки
Набор новой аудитории	% прироста органической аудитории, ERR	Инструменты: виральный видео контент, спецпроекты

## Задание #3

Придумайте 3 креативные идеи для сторис, в которых мы подсвечиваем точку боль нашего клиента (смм спецы, продукт курс по смм) — полный хаос и отсутствие структуры в работе.

1. Сравнение дня смм спеца в хаосе и в системе. Первый испытывает стресс, грязнет в текучке, нет времени на подумать, не понимает как анализировать, не может аргументировать результаты перед начальством, за окном весенняя Россия. Второй получает результаты и признание от коллег, большую часть времени тратит на стратегические задачи, чувствует себя уверенно, авторитетом, живет на Бали.
2. Созвон двух сммщиков в стиле комиксов, где один жалуется на хаос, а второй дает решение.
3. Стиль матрицы, где автор курса в роли Морфеуса предлагает 2 таблетки. Если выберешь синюю — проблемы останутся с тобой (перечисление проблем), если красную — твой мир не станет прежнем (переисление точек Б спецов). И в конце решение.

В каждой сторис СТА к покупке курсе через точку Б (начни продавать в соцсетях с помощью курса).

## Задание #4

Напишите сторис в Instagram, цель текста — закрыть возражение клиента “дорого”. Текст должен быть увлекательным, без скучной подачи и абстракции. Обязательно подайте информацию креативно.

### Слайд 1

Курс по SMM — это как купить посудомойку.

## Слайд 2

- У тебя уже есть руки.
- Ты и так справляешься.
- И вроде как даже быстро.
- Зачем платить?

## Слайд 3

Посудомойка стоит денег. Но после неё:

- у тебя нет горы на раковине,
- нет ощущения, что ты снова застряла в рутине,
- и уж точно нет чувства «я всё делаю сама, но почему так тяжело?»

Хватит это терпеть!

## Слайд 4

Ты можешь и дальше руками. А можно — один раз настроить процесс. Чтобы он “мыл” за тебя. Читал. Прогревал. Продавал.

Стоит ли курс своих денег?

Да. Как посудомойка. Как всё, что экономит твою энергию, возвращает контроль и делает тебя чуть-чуть свободнее.

Узнать подробности курса

## Слайд 5

Дорого — это когда ты 2 года работаешь «на ощупь», выкладываешь посты на удачу и не понимаешь, почему ты устала.

Забронировать место на курсе!

Задавай вопросы в тг [https://t.me/kate\\_jet](https://t.me/kate_jet) — плохой вопрос тот, который не задан.