



# REVAB

Reuse and Valorisation of Agricultural Building  
through training based on real experiences

## МОДУЛ 4

Планиране на проект за повторно използване и оценяване на сграда:  
как да популяризирате проект за повторна употреба



Съфинансиран от програмата  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия.  
Тази публикация отразява само личните виждания на нейния автор и от Комисията не може да  
бъде търсена отговорност за използването на съдържащата се в нея информация.  
Проект №: 2015-1-BE01-KA202-013183

# ЦЕЛИ

Чрез този модул, обучаемите ще придобият основни познания за това как най-добре да промотират и популяризират проекта. Комуникацията е ключов фактор за успеха на положените усилия, особено в селските райони.

Този модул предоставя основни средства и принципи за планиране и прилагане на добре насочена комуникационна стратегия.



# ИНДЕКС

1. Въведение
2. Цел
3. Насоки
4. Избор на канали
5. Интегриране
6. Оценяване



## 1. ВЪВЕДЕНИЕ



Принципът на този модул е да покаже основните стъпки за популяризиране на вашия проект. Винаги можете да увеличите и подобрите вашето дружество. Но за да започнете, ще трябва да предвидите следните три неща.

Утвърдете ваша марка;

Планирайте вашата комуникационна стратегия;

Разгърнете и увеличете тяхната ефективност.

Вие вече сте си набелязали редица точки в бизнес плана от предишния модул. Сега е моментът да ги прегледате и да се уверите, че имате солидна маркетингова стратегия за да подкрепите проекта си и подходящите инструменти за изпълнението ѝ.





# 1. ВЪВЕДЕНИЕ



## КАК ДА РАЗКАЖЕТЕ ИСТОРИЯТА СИ

Популяризирането на проекта ви трябва да бъде на преден във вашето съзнание от самото начало. Може да имате най-добрия проект, но ако той не достигне до своята аудитория, става безполезен.

Когато прочетете изследваната добра практика, не забравяйте да си водите бележки за различните идеи които изскачат в главата ви. Отделете време да научите как са планирани промоционалните и информационни дейности по проекта и как са изпълнени.

Това е най-добрият начин да се учите от добрите практики, но и също така да избегнете грешките.



## 2. ЦЕЛИ



### БИЗНЕС МАРКЕТИНГ ПЛАН

Брандингът, маркетингът и комуникацията трябва да са част от бизнес плана от самото начало. Следователно, когато пишете своя бизнес план, бъдете сигурни, че сте включили маркетингова стратегия в него.

**Вече сте определили целевата си аудитория при изготвянето на вашия бизнес план. Тази група е основният фокус на вашата комуникационна стратегия.**

Трябва също така да определите целите си базирани на таргета от бизнес плана. В идеалния случай трябва да изберете редица подходящи показатели, наречени ключови показатели за ефективността (КПЕ).

Например:

- Колко посетители ще посетят уебсайта ви;
- Колко последователи се стремите да имате в социалните мрежи.

Тези показатели ще ви помогнат да сте в крак с целите си и да ги коригирате своевременно.



## 2. ЦЕЛИ



### МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ



ЗАЩО ВИЕ?

Как се  
разграничавате от  
конкуренцията?



Какъв е целевият  
пазар?

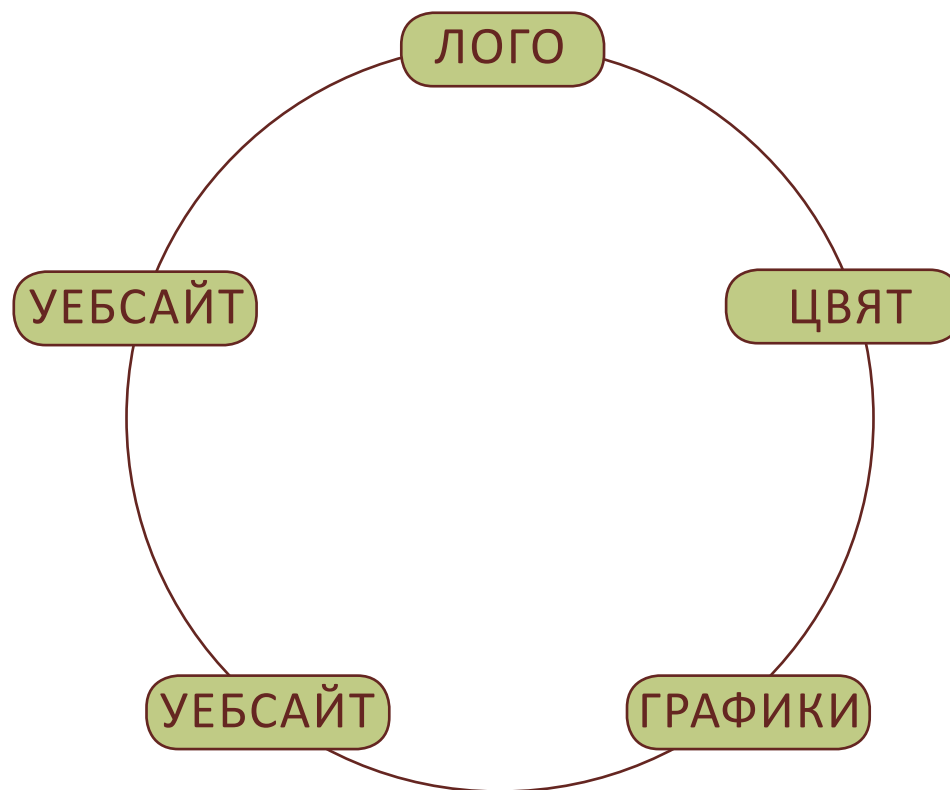


Budget





## ВИЗУАЛНА ИДЕНТИФИКАЦИЯ







### 3. НАСОКИ



## МАРКЕТИНГОВО ПЛАНИРАНЕ





### 3. НАСОКИ



#### РЕЗЮМЕ

1. Актуализирайте или създайте маркетингов план;
2. Ревизирайте или започнете маркетингово проучване;
3. Ръководете целевата група;
4. Разработете уникално предложение за продажба (УПП);
5. Прецизирайте целевата си аудитория и ниша.
6. Разширете предложения си за продукти и услуги.
7. Планирайте бюджета си.



## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ





## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ



### УЕБСАЙТ

- Вече има много нови безплатни инструменти за създаване и управление на уеб сайт като Wordpress;
- Защитете името на уебсайта си;
- Внимавайте с оптимизацията на търсещите машини - вашият проект трябва да се появи в горната част на резултатите от търсенето;
- Важно е уебсайтът да е удобен за вас и потребителите;
- Включете връзки към профилите си в социалните медии;
- Не забравяйте да поставите данни за контакт;
- Информацията трябва да бъде представена по ред на важност;
- Бъдете внимателни при адаптирането към компютри, смартфони и / или таблети;
- Заглавията трябва да са кратки, привлекателни и ясни;
- Можете да добавите карта - визуалният материал е много важен и полезен;
- Уверете се, че имате авторски права за всички снимки, които използвате;
- Направете видеоклипове - това е забавно и е добър начин да представите и обясните продукт



## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ



### УЕБСАЙТ

- Разгледайте безплатните уроци в YouTube, за да научите повече за това, как да оптимизирате онлайн комуникацията си и т.н .;
- Изберете подходящите показатели за ключовите Ви показатели за КПЕ (като брой посетители, време в сайта) и инсталирайте безплатен инструмент за измерване на ефективността на сайта ви, като Google Analytics.
- При положение, че се появи съобщение “404 ERROR” (когато страницата не работи) - поставете телефонния номер на човек за контакт;

Първо пробвайте новите препратки с приятелите или семейството за да установите наличието на някакъв проблем преди да ги активирате!

### Запомнете

Трябва да актуализирате регулярно уебсайта си!  
Не се притеснявайте да поискате помощта на професионалист!



## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ



### СОЦИАЛНИ МЕДИИ

Днес социалните медии са ключов аспект на маркетинга и ви позволяват да достигнете до голяма аудитория на минимална цена в сравнение с традиционната реклама.

Бъдете внимателни, за да избегнете рутина в стратегиите си за социални медии, но същевременно поддържайте последователно послание и марка.

Опитайте се да получите обратна връзка от потребителите и да обърнете внимание на тяхното онлайн поведение. Насочете действията си въз основа на техните интереси.

Използването на социалните медии за популяризиране на вашия проект означава постоянна комуникация. Трябва да поддържате интереса към сайта на вашия проект и да не допускате да стане скучен или твърде обикновен.







## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ



### СОЦИАЛНИ МЕДИИ

Публикациите във Facebook и Twitter се обновяват непрекъснато, така че е важно редовно да публикувате. Други платформи, като LinkedIn и Instagram, не се променят толкова бързо, така че там не е нужно да публикувате толкова често. Независимо коя/и платформа/и използвате, последователността е ключова. Това е от голямо значение, ако решите да напишете и блог. Няма нищо по-лошо от блог, който не е актуализиран в последните 6 месеца.

Качеството също е много важно. Помислете за съдържанието, което споделяте, и се уверете, че то е правилно адресирано към целевия Ви пазар.

Можете също да “харесвате”, “споделяте” и “препубликувате” други профили, в зависимост от платформата. Това означава, че не е задължително да излизате непрекъснато със собственото си съдържание, но все пак оставате активни в социалните медии.

Трябва да ги актуализирате регулярно!  
Не се притеснявайте да поискате помощта на професионалист!  
Не забравяйте да определите КПЕ за всеки информационен канал!

## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ

### МАРКЕТИНГОВИ ИНСТРУМЕНТИ

Маркетинг по електронна поща:

- Изградете своя списък с имейл адреси;
- Директна кампания за електронна поща, използваща програма като MailChimp или Monitor Campaign;
- Начин за популяризиране на специални оферти, ваучери или бонуси;
- По подобен начин да се грижим и за съществуващите клиенти.

Социални ефекти:

Маркетинг за поддържане на съдържание, което е вероятно да бъде споделено, защото е интересно.





## 4. ИЗБОР НА КАНАЛИ



### ИЗГРАЖДАНЕ НА ВРЪЗКИ (накрая но не на последно място по значение!)

- Създайте си лични контакти;
- Участвайте в конференции;
- Представяйте се на други местни фирми и местни власти;
- Присъединете се към местната търговска камара или други организации;
- Участвайте в местни събития / търговски изложения и т.н.



По правило винаги е по-добре да се ангажирате с устойчиви действия, както финансови, така и от гледна точка на ресурсите. Ограничен брой канали, управлявани ефективно, е по-добре, отколкото да се разпространявате прекомерно навсякъде. Не забравяйте, че последователността и надеждността са много важни.

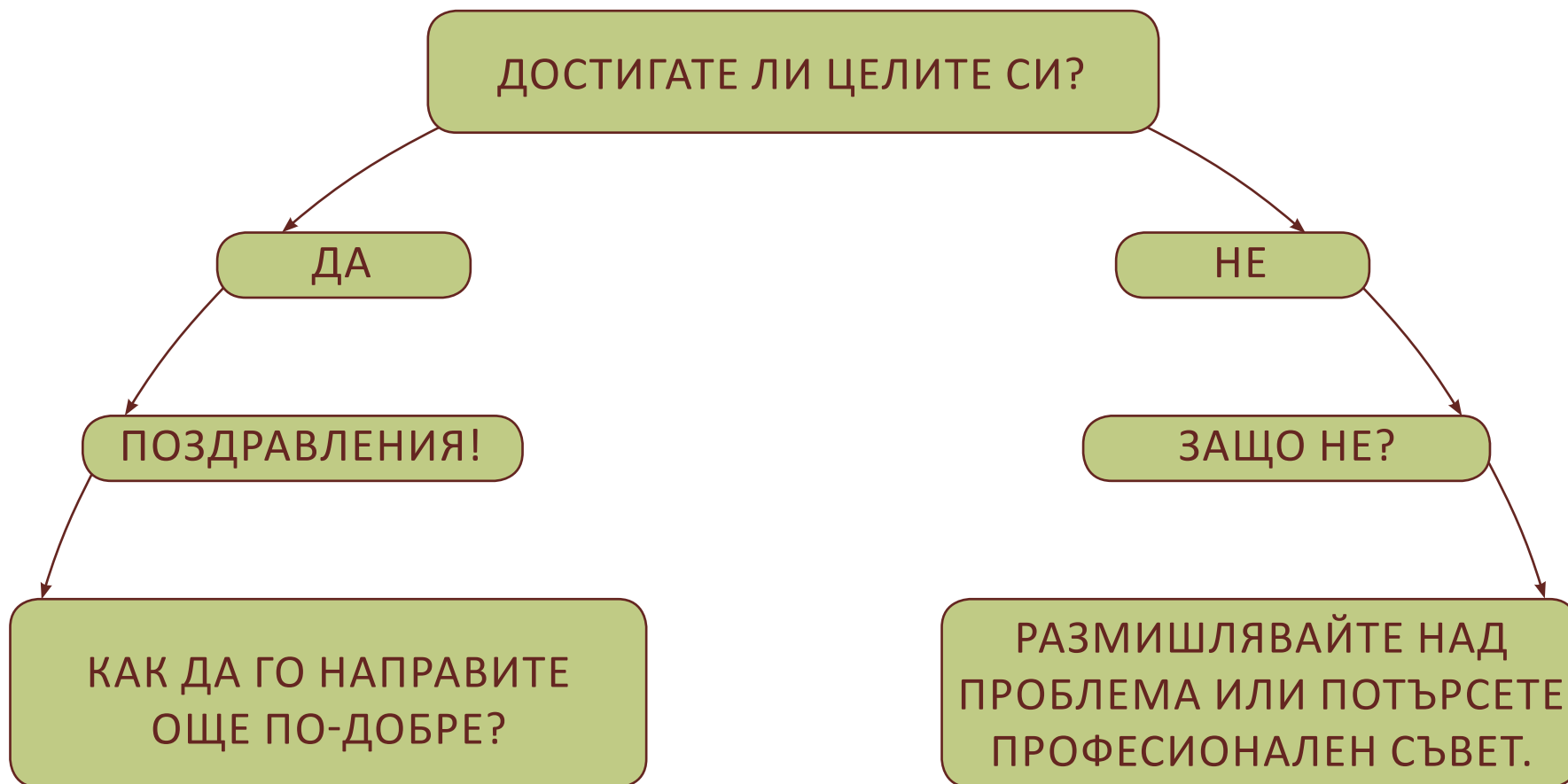


## 5. ИНТЕГРИРАНЕ



- Проверете отново, че всички цели от бизнес плана са във вашата маркетингова стратегия.
- Определете хора, които ще могат да разпространяват вашите послания – обществени лидери, ваши приятели или членове на семейството като “посланици на марката”.
- Бъдете готови да получавате отрицателни коментари или негативни отзиви за вашия проект и да имате готови отговори.
- Най-добрата реклама за вашия проект е “от уста на уста”. Отнасяйте се добре с клиентите си, за да рекламират те пред хората, с които контактуват, вашия проект.





**ЖЕЛАЕМ ВИ УСПЕХ С ПРОМОТИРАНЕТО НА ПРОЕКТА ЗА ПОВТОРНО ИЗПОЛЗВАНЕ!**

