

Redirect Copywriter Trial

Assignment No1: Δημιουργία social media προγράμματος δύο εβδομάδων για brand εμφιαλωμένου οίνου.

- Πόσα post συμπεριλαμβάνονται στο πλάνο;
- Σε ποιες διαδικτυακές πλατφόρμες θα γίνει η διάχυση;
- Τι formats θα είναι τα posts;

Πλάνο Δημοσιεύσεων: Εντός των δύο εβδομάδων θα πρέπει να εστιάσουμε στις ημέρες της Τετάρτης, της Παρασκευής και του Σαββατοκύριακου. Η Τέταρτη ως το κέντρο της εργασίμης εβδομάδας είναι η μέρα που ο περισσότερος κόσμος κάνει σχέδια για το Σαββατοκύριακο, και θέλουμε να είμαστε μέρος τους. Οι υπόλοιπες ημέρες είναι για πιάσουμε το κοινό της τελευταίας στιγμής: τα άτομα που δε ξέρουν πως να περάσουν το ΠΣΚ τους ή που έχουν ξεχάσει να πάρουν δώρο για εκείνο το σημαντικό δείπνο.

Στις δύο Τετάρτες και Παρασκευές λοιπόν θα υπάρξουν δύο δημοσιεύσεις, μία πρωινή και μία απογευματινή. Θέλουμε να πιάσουμε το scroll του πρωινού και του διαλείμματος. Το Σάββατο και την Κυριακή μία δημοσίευση προς το μεσημέρι είναι αρκετή, καθώς η ακροαματικότητα στα social media είναι μικρότερη αυτές τις μέρες.

Πλατφόρμες Διάχυσης: Τα κοινά που θέλουμε να προσεγγίσουμε είναι αρκετά, αλλά οι μεγαλύτερες ομάδες είναι α) μεσήλικες της μεσαίας τάξης και β) νεολαίοι που συναθροίζονται σε σπίτια και διαμερίσματα. Υπάρχει επίσης μια B2B αγορά όπου οι φιάλες μπορούν να διατεθούν για δεξιώσεις και μαζώξεις εντός εργασιακού περιβάλλοντος.

Με αυτά δεδομένα, οι πλατφόρμες διάχυσης είναι οι εξής:

1. Για το μεσήλικο κοινό οι πλατφόρμες του Facebook και του Instagram είναι τα κύρια κανάλια εστίασης,
2. Για τους νεότερους, το Instagram, το X (πρώην Twitter) και το TikTok είναι οι κύριες πλατφόρμες συσπείρωσης,
3. Και για το brand audience οι καλύτερες πλατφόρμες διάχυσης είναι τα προσωπικά μας blogs και ιστοσελίδες και φυσικά το LinkedIn.

Τύποι Δημοσιεύσεων: Video is king! Αλλά... video is also expensive and complicated. Οπότε στο πρόγραμμα της Τετάρτης και της Παρασκευής η ιδανική λύση είναι μία δημοσίευση εικόνας την πρωινή ώρα και μία δημοσίευση video τις απογευματινές σε κάθε πλατφόρμα που υπάρχει target audience. Το Σαββατοκύριακο θα αναρτούνται μία video δημοσίευση ανά πλατφόρμα, καθώς τη θέλουμε ισχυρή ως το μοναδικό post της ημέρας. Το content στις πλατφόρμες του Facebook, του Instagram και του TikTok μπορεί να είναι το ίδιο σε μορφή reels και slideshow/carousel.

Στο X πάλι το video θα αποτελεί ισχυρό μέσο, ειδικά σε συνδυασμό με το ένα post κειμένου το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει ένα call to action (με ερωταπαντήσεις για πιθανούς συνδυασμούς και σχέδια για κάθε φιάλη, για παράδειγμα).

Στα προσωπικά κανάλια του brand μπορούμε να εστιάσουμε σε άρθρα για την ποιότητα του κρασιού και εμπλουτισμό της gallery, ενώ στο LinkedIn το περιεχόμενο θα ακολουθεί τη στρατηγική μία εικόνα κι ένα βίντεο, σκηνοθετημένα με μια πιο corporate αισθητική.

Assignment No2: Γραπτή περιγραφή meme για το profile του Netflix στο Instagram.

Χρησιμοποιώντας το ακόλουθο στιγμιότυπο από τη σειρά "Σέρρες" του Γιώργου Καπουτζίδα:



... μπορούμε να εφαρμόσουμε μία από τις εξής λεζάντες:

1. Εσύ κι ο πατέρας σου όταν σας ρωτάει η μάνα σου αν βγάλατε το κοτόπουλο να ξεπαγώνει
2. Όταν σου λέει ότι βάζει ανανά στην πίτσα
3. Όταν σου λέει ότι βλέπει Netflix με υπότιτλους
4. Πώς με κοιτάνε όταν τους λέω ότι έχω binge-αρει το μισό Netflix

Assignment No3: *Κειμενικό tweet για το profile του Netflix.*

Σε tweeter poll:

“Τους δίνεις μια εβδομάδα προετοιμασίας. Ποιος θα κερδίσει σε μάχη ένας προς ένα;

α. Rick Sanchez

β. Batman”

Ένα poll που βασίζεται στην πεποίθηση των οπαδών του Batman ότι μπορεί να νικήσει τον οποιοδήποτε με αρκετή προετοιμασία και την σχεδόν θρησκευτική πίστη που έχουν οι οπαδοί του Rick and Morty στον χαρακτήρα του Rick για να μαζέψει αντιδράσεις. Σε συνδυασμό με τα hashtags #RickandMorty, #batman, #Netflix και #whowouldwin, ο φανατισμός των οπαδών μπορεί να φέρει πολλά μάτια στην πλατφόρμα μας.