

О компании

КРАСПАН – ведущий российский производитель навесных фасадных систем. НФС КРАСПАН установлены в России, Белоруссии, Украине, Казахстане, Латвии и Норвегии (более 10 млн. кв.м) и позволяют создавать надежные и эстетичные фасадные решения в различных климатических условиях, районах сейсмической активности, при повышенных ветровых нагрузках (в том числе, для высотных зданий).

Элементы навесных фасадных систем КРАСПАН уникальны, запатентованы и прошли все необходимые испытания.

Производство 14 видов облицовочных материалов и 45 типов систем из алюминия, оцинкованной и коррозионностойкой стали расположено в ЗАТО Железнодорожск Красноярского края.

Федеральная дилерская сеть КРАСПАН работает в 54 регионах России и за рубежом: в республиках Казахстан, Узбекистан, Молдова, Беларусь, Армения, Киргизской Республике и Монголии.

География объектов насчитывает 210 городов России и зарубежья. С 2000 года на территории России, Белоруссии, Украины, Казахстана, Латвии и Норвегии установлено более 10 млн. кв. м НФС КРАСПАН.

Миссия компании: http://www.kraspan.ru/company/politika_kompanii/



Основные целевые аудитории:

- архитектурные бюро и проектные организации;
- строительные компании (ген.подрядные компании, подрядные организации по монтажу НФС);
- заказчики (владельцы объектов недвижимости, девелоперы);
- действующие и потенциальные дилеры;
- действующие и потенциальные сотрудники компании.

Проблематика:

Компания работает в сегменте B2B и рассматривает социальные сети исключительно как имиджевые площадки, которые не могут повлиять напрямую на увеличение объемов продаж.

Действующие аккаунты в социальных сетях:

- [Инстаграм](#): 400 подписчиков;
- YouTube [канал «Фасады Краспан»](#): 327 подписчиков;
- [Facebook](#): 151 подписчик;
- [Вконтакте](#): 109 подписчиков.

Цель: разработать концепцию позиционирования компании (производственно-строительный холдинг B2B-сегмента) в социальных сетях, которая позволит:

- осуществлять эффективные коммуникации с ЦА;
- отвечать потребностям ЦА и одновременно соответствовать формату самого интернет-ресурса;
- формировать лояльность новых клиентов и удерживать действующих в каждом регионе РФ и за рубежом (для носителей русского языка);
- поддержать положительный имидж компании, увеличить узнаваемость бренда;
- генерировать лиды, увеличить конверсию сайта и лендинга.

Задачи:

- предложить варианты контент-планов для одного или нескольких корпоративных аккаунтов в соцсетях в соответствии с разработанной концепцией;
- предложить варианты визуального оформления аккаунтов в соответствии с фирменным стилем;
- разработать стратегию увеличения числа подписчиков.

Предлагаемый бюджет для реализации кампании проекта:

Предлагается авторами проекта.

Предлагаемые критерии оценки эффективности разработанной кампании:

Предлагается авторами проекта.

Сроки предполагаемой реализации:

Предлагается авторами проекта.

Сроки представления проекта:

Презентация проекта – 20-23 апреля 2020 г.

Полезные материалы:

- Корпоративный сайт www.kraspan.ru
- Выпуск программы [«Как это устроено? КРАСПАН»](#)
- [Каталог продукции КРАСПАН](#)
- Лендинговая страница <https://kassetta.kraspan.ru>

Контакты:

Абрамова Екатерина Сергеевна, директор по развитию, +7 904 893 60 46, e-mail: abramova@kraspan.ru



Желаем успехов!