

EKSPORTO SKATINIMO KAMPANIJA

TRUKMĖ: 4 SAVAITĖS

KAMPANIJOS PASIŪLYMAS
2019 m. spalio 18 d.

**KAMPANIJOS
TIKSLAS**
(IŠ UŽDUOTIES)

Paskatinti lietuviškų prekių gamintojus domėtis eksporto galimybėmis ir imtis konkrečių veiksmų, leidžiančių padidinti Lietuvos eksportuotojų skaičių ir eksporto apimtį pasitelkiant „Verslios Lietuvos“ (VL) paslaugas

**PAGRINDINIAI
TIKSLO
ELEMENTAI:**

SUDOMINTI



**MŪSŲ STRATEGIJA, KAIP
ATLIEPSIME TIKSLĄ**

Atkreipsime vadovų dėmesį kūrybiniu sprendimu „Parodyk prekei pasaulį“ ir padidinę dėmesį eksporto galimybių temai

PASKATINTI VEIKTI



Per kampanijos turinį edukuosime, rodysime naudą verslo įmonei ir tai, kad daug panašių įmonių jau sėkmingai eksportuoja savo produktus (o kodėl Jūs dar neišnaudojate šių galimybių?)

NUKREIPTI Į VL



Rodysime VL ekspertškumą, pristatysime paslaugas ir reklamos priemonėmis tiesiogiai vesime vadovus į VL eksporto platformą

Kampanijos pagrindinė žinia:

Eksportas yra reali Tavo verslo plėtros galimybė, o „Versli Lietuva“ suteiks visą pagalbą jai įgyvendinti

KŪRYBINĖ IDĖJA

Tyrimai* rodo, kad tikslų vizualizavimas didina tikimybę juos pasiekti (nes vaizdinys skatina smegenis ta linkme nukreipti resursus, padidina motyvaciją ir skatina pozityvų mąstymą). Todėl siūlome kampanijos koncepciją, kuri ne tik atkreips TA dėmesį, bet ir paskatins verslo vadovą vizualizuoti savo produktą užsienio rinkose. Tai ragins vadovą domėtis ir imtis konkrečių priemonių, kad pradėtų eksportuoti.

Siūloma koncepcija/šūkis: **PARODYK SAVO PREKEI PASAULĮ**

Šiuo šūkiu skatiname vadovus mąstyti plačiau, neuždaryti produkto lokaliaje rinkoje ir įsivaizduoti jo galimą eksportą (kelionę) į skirtingas šalis. Šūkis yra pozityvus ir žaismingas. Jis leidžia sieti eksportą su kelionėmis (o kelionės kelia teigiamas asociacijas), kurti istorijas (*storytelling*), taip pat žaisti su vaizdu.

Kampanijos vizualinis sprendimas ir sąsaja su tekstu: kampanijos metu rodome skirtingus eksportuojamus lietuviškus produktus įvairiose šalyse šalia jų turistinių objektų (pvz. sūrį – Eifelio bokšto, malkas – prie Didžiosios Kinų sienos ir pan.), o šalia esančiame tekste pristatome lietuviškas sėkmės istorijas ir eksporto galimybes.

*Pvz.: „*Forbes*“, *NCBI*, *Llewellyn*, *Study*,

Vizualo eskizas



FACEBOOK IR LINKEDIN KAMPANIJA

PARODYK SAVO PREKEI PASAULĮ

Tikslas: paskatinti verslą eksportuoti ir supažindinti, kad „Versli Lietuva“ padeda plėtoti eksportą (teikia informaciją, konsultacijas, patarimus)

Idėja ir priemonės: Socialiniai tinklai yra efektyvi priemonė pasiekti TA: „LinkedIn“ užtikrina efektyvų segmentavimą pagal pareigas, o „Facebook“ yra vienas geriausių kanalų pasiekti platų SVV vadovų būrį. Todėl šias platformas naudosime kaip pagrindinius kampanijos kanalus.

Kampanijos šūkiu „Parodyk savo prekei pasaulį“ ir dėmesį atkreipiančiais vizualais siekiame atkreipti verslų dėmesį ir paskatinti vizualizuoti savo produkciją užsienio rinkose, pamąstyti apie galimybę eksportuoti. *(kūrybinių tekstų ir vizualų pavyzdžiai pateikti Priede)*

Formatai: naudojami interaktyvūs, statiniai ir karuselės formato vizualai/įrankiai, nukreipiantys vartotojus į „Versli Lietuva“ eksporto pagrindinį puslapį ir rinkų aprašus.

Intensyvumas: 4 Facebook įrašai ir 1 karuselė 4 sav. laikotarpyje (per dvi optimizacijas – webclicks ir reach) ir 1 LinkedIn karuselė (optimizacija – webclicks). Ši strategija leis turėti optimalų skirtingo turinio kiekį ir reikšmingą biudžetą reklamavimui TA.

Auditorijos dydis ir kriterijai: siekiant efektyvumo, FB tinkle siūlome išskirti ir įrašus reklamuoti dviem skirtingoms tikslinėms auditorijoms, o LinkedIn – vienai. TA segmentuosime ir reklamą diferencijuosime pagal pareigas, interesus ir demografinius filtrus *(Segmentavimas išskirtas Priede)*



WEBINARAS. KĄ DARYTI, KAD JŪSŲ PREKĖS PAMATYTŲ PASAULĮ

Tikslas: pritraukti eksporto galimybes svarstančias įmones ir pristatyti joms „Verslios Lietuvos“ teikiamą pagalbą.

Idėja: rengiame webinar'ą, kuris supažindina įmones su eksportu ir kviečia pasinaudoti „Verslios Lietuvos“ paslaugomis eksportuotojams. Šį webinar'ą, kuris transliuojamas per „Facebook Live“ plačiai anonsuojame ir vėliau viešiname TA.

GALIMOS TEMOS IR PRANEŠĖJAI

- **Eksportas: kokią naudą jis gali suteikti ir kada jo imtis** (Benas Adomavičius, ISM)
- **Pirmasis žingsnis į eksportą** – 7 svarbiausi dalykai, nuo kurių pradėti („Verslios Lietuvos“ atstovas)
- **Ko reikia sėkmingam eksportui** – („Versli Lietuva“ atstovas)
- **Atvejo analizė** (Lena Sokolovska, „uoga uoga“); arba
- **Lietuvos eksporto situacija:** tendencijos, rodikliai, galimybės (Nerijus Mačiulis, Swedbank)

WEBINARO ANONSAVIMAS/REKLAMA

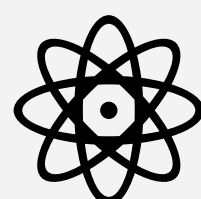
- Sukuriamas **renginys „Facebook“** socialinėje erdvėje, jį reklamuojame TA (ypač – regionuose)
- Išplatinama **informacija „Verslios Lietuvos“ kontaktų** sąrašui

WEBINARO VIDEO SKLAIDA

- Webinar'o medžiagos (video) italpinimas „**Verslios Lietuvos**“ platformoje ir „**YouTube**“ kanale
- Publikuojamas **straipsnis su webinaro video vz.lt:** 7 svarbiausi klausimai pradedant eksportuoti

PUBLIKACIJOS ŽINIASKLAIDOJE

NAUDOS IR POTENCIALO VERSLUI DEMONSTRACIJA



EKSPORTUOJANČIŲ ĮMONIŲ TYRIMAS

Atliekame Lietuvos eksportuojančių įmonių apklausą ir jos rezultatus komunikuojame žiniasklaidos priemonėmis. Siekdami efektyvumo apklausą sukuriame „Google Forms“, o kvietimus platiname „Verslios Lietuvos“ kontaktams.

Dvi galimos temos žiniasklaidoje:

- Įmonių eksporto lūkesčiai.** Eksporto planai, augimo potencialas, ar mato naujų galimybių, rinkų ir pan.
- Lietuvos eksporto potencialas.** Kaip įmonės vertina Lietuvos gamintojų potencialą eksportuoti daugiau, šalies konkurencingumą ir pan.



SĖKMĖS ISTORIJA

„Verslo žinių“/„Delfi“ arba „15min“ kanale inicijuojame temą – **eksportuojančios įmonės sėkmės istorija**/case study (prie kurios eksporto plėtros prisidėjo „Versli Lietuva“). Šia priemone tikimės įkvėpti ir kitus verslus atrasti eksporto galimybes bei rodyti, kad „Versli Lietuva“ suteikia visokeriopą pagalbą norintiems eksportuoti.

Pastaba: ši priemonė yra alternatyva vienam iš pranešimų žiniasklaidai (t.y. dėl reiboto biudžeto reikėtų pasirinkti tik du veiksmus)

GOOGLE ADWORDS & RETARGETING

KAIP PRITRAUKTI SVARSTANČIUS EKSPORTĄ

Tikslas: nukreipti eksportą svarstančius verslus į „Verslią Lietuvą“

Idėja: užtikriname, kad asmenys, internete ieškantys informacijos apie eksportą, būtų nukreipti į „Verslios Lietuvos“ paslaugas. Tuo tikslu išgryniname tikslinius raktažodžius ir, pasinaudodami „Google Adwords“ sistema, juos įvedusiems asmenims pirmu pasirinkimu rodome „Verslios Lietuvos“ tinklalapį. Papildomai, VL eksporto tinklalapyje apsilankiusiems vartotojams taikome retarget'inimą – rodome VL kampanijos reklamą įvairiuose kanaluose.

Rekomendacija: „Google Adwords“ ir retargeting'ą taikyti ne tik kampanijos metu, bet ir ilgalaikėje perspektyvoje.

Keletas pavyzdinių raktažodžių:

- Verslo plėtra į užsienį
- Eksportas į Vokietiją/Norvegiją/ Baltarusiją
- Malkų eksportas
- Pasiruošimas eksportui
- Parama eksportui; ir kt.

Pastaba: prieduose pateikiama informacija apie raktinius žodžius ir istorines paieškų apimtis.



VEIKSMŲ GRAFIKAS

KAMPANIJOS VEIKLOS	Pasiren- gimas	1 savaitė	2 savaitė	3 savaitė	4 savaitė
PARODYK PREKEI PASAULĮ					
„Facebook“ kampanija „Parodyk savo prekei pasaulį“		x	x	x	x
Webinaras			x		
Webinaro anonsas/reklama ir komunikacija po jo		x	x		
Google Adwords ir Retargeting kampanija		x	x	x	x
Eksportuojančių įmonių tyrimas	x				
Tyrimo komunikacija ir ryšiai su žiniasklaida		x		x	
Komunikacija per „LinkedIn“		x	x	x	x