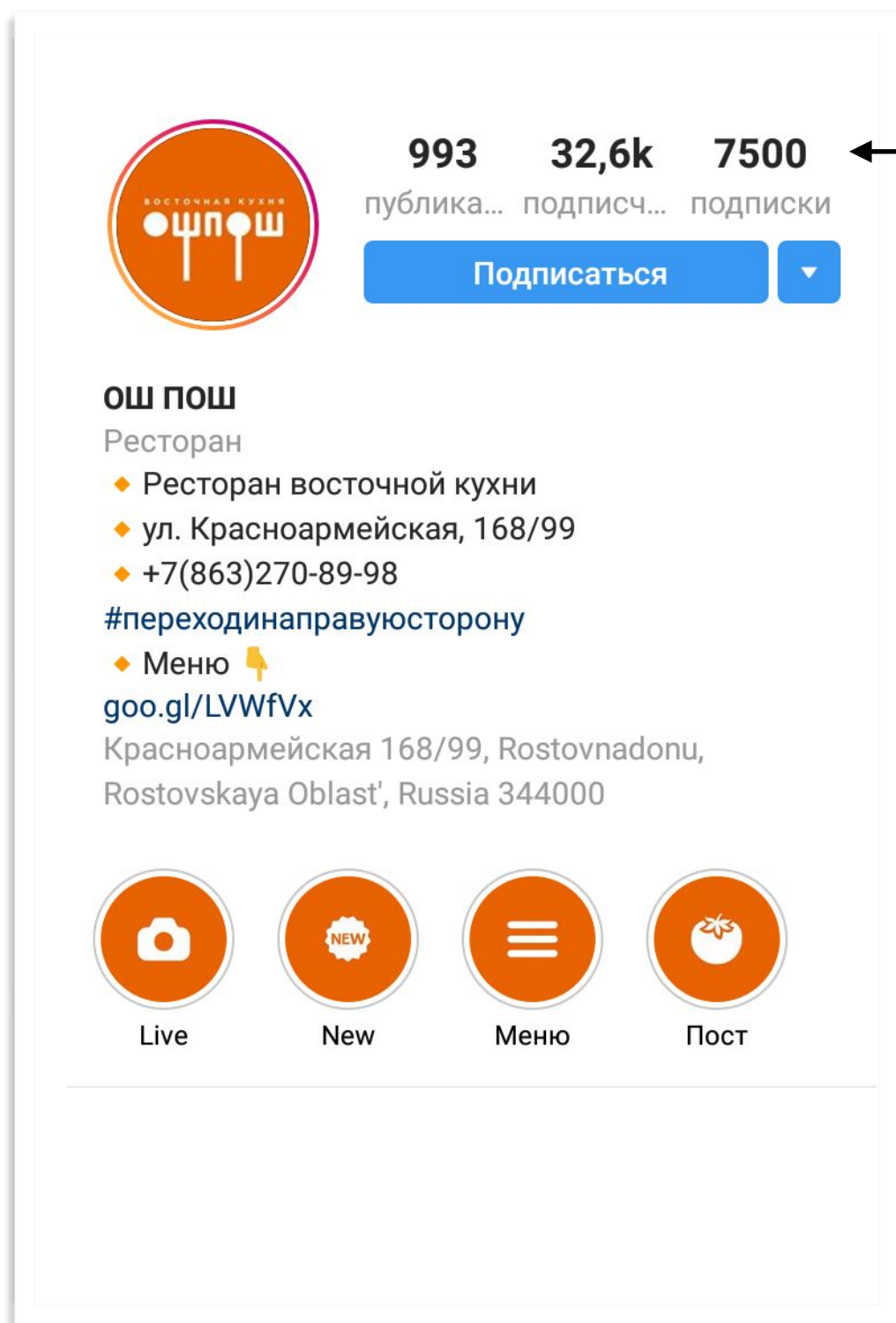




ВОСТОЧНАЯ КУХНЯ





7500 подписок — ровное и большое число, работает скрипт и подписывается на кого ни попадя. На площадке идет массфоловинг.

Это значит: **нереальная** картина

Хорошо: стартовая привлекательность площадки

Плохо: посты собирают в среднем 80 лайков (это 0,4 %) при норме от 3 до 6%, поэтому к каждому посту добавляются подвалы из хэштегов. Лайки это увеличивает, смысла не добавляет.

Как улучшить: отписаться от всех, завершить массфоловинг, подписаться на дружественные аккаунты, аккаунты друзей. Реальные 50 подписок, чтобы сммщик и администратор могли просматривать ленту и обращать внимание на то, что нужно для работы. Реагировать, лайкать посты самых дорогих и любимых гостей. Лента — инструмент. Люди видят, что аккаунт лайкает.



Жизнь.

В каждом ресторане нужно найти или создать один объект, который будет меняться и за жизнью которого можно следить в соцсетях. Может это будет нелогичный предмет интерьера, главное, чтобы он отличался и не бесил. Например, огромные часы с цифровым табло или слово. Зеркало в светодиодной окантовке на входе. Картина, которая меняется каждый месяц. Статуя. Ковер. Енот.

Болтливый и очень философско-настроенный попугай
Настроение меняется, месседжы тоже. Абсолютно
непредсказуемый!

Вторник



Дорада на мангале.

Блюдо.

Ош Пош характеризуется потрясающими тарелками. Поэтому рубрика будет такая: одно блюдо на столе. Смысл имеет и блюдо (в идеале на каждую неделю его выбирает шеф) и сама тарелка. То есть это законченное художественное произведение. Фотографируется строго вид сверху. Возможно напиток.

Просто название. Описывать словами впечатление от еды — значит лишать подписчика фантазии. Исключение для случаев, когда сммщик лично попробовал творение, умер, ожил и начал фонтанировать прилагательными.

Вариант рассказать об истории, если какое-то блюдо появилось в какой-то определенный момент, например, попросили сельдерей или шеф в отпуске вдохновился местной кухней. Реальная история. Если ее нет — просто фото. Вариант: видео дегустации.

Среда



Интерьер.

Фотография одного предмета интерьера.

Интерьер такой охренительный, что можно придумывать квесты для подписчиков. Когда они станут реальными.

Четверг

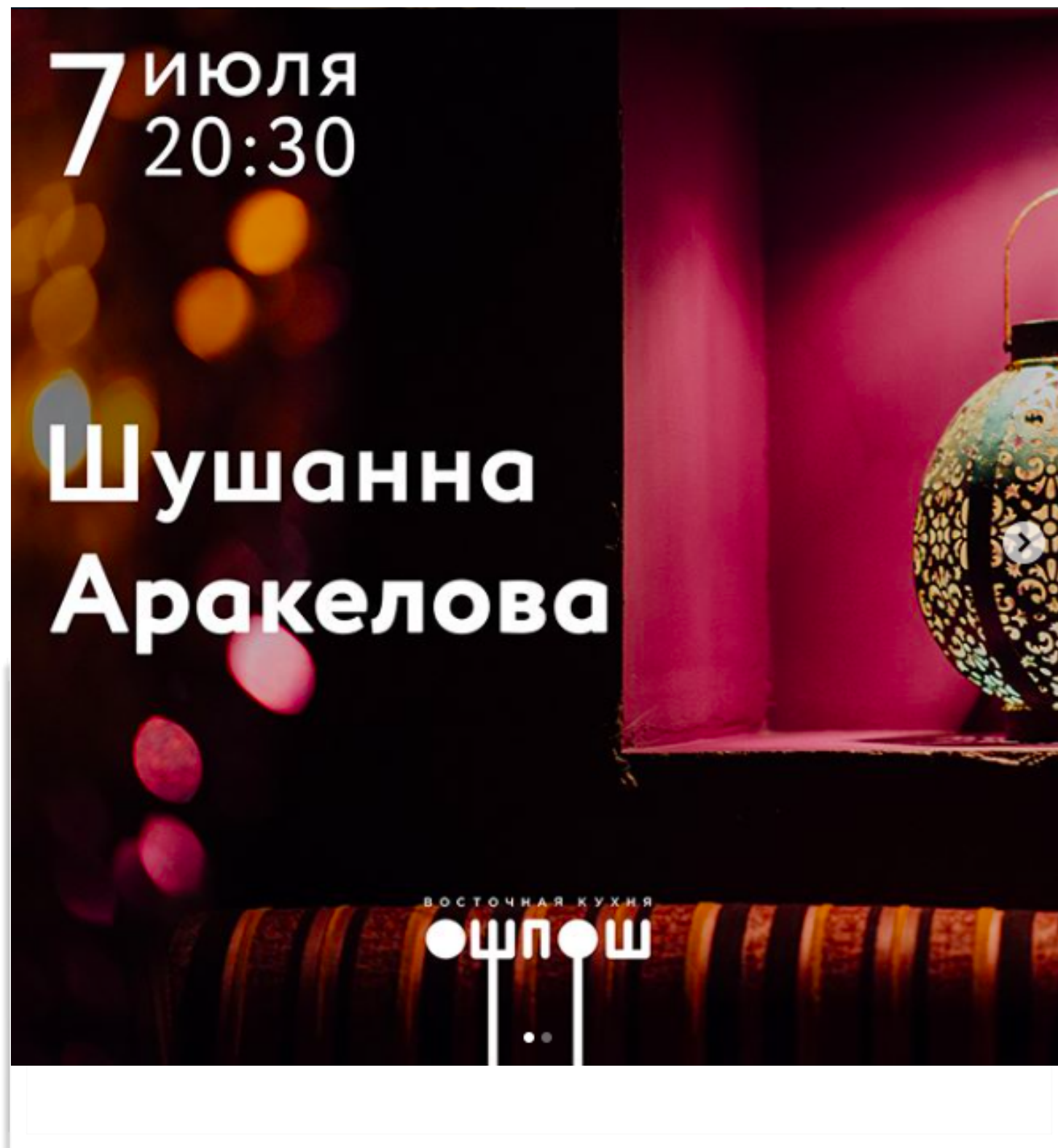
Команда

Фотография команды всегда черно-белая.

Живая, легкая, с разными эмоциями и выражением лица, максимально избегая приторных официальных улыбок, изысканной лощенности. Люди работают, это могут быть крайне изящные фотографии, может из их личных аккаунтов. Не обязательно в ресторане. Это люди. И любовь к людям начинается с тех, кто работает с нами. Каждое фото согласовывается с тем, кто на нем.

Хорошо: на всю команду подписаться аккаунтом.

Пятница

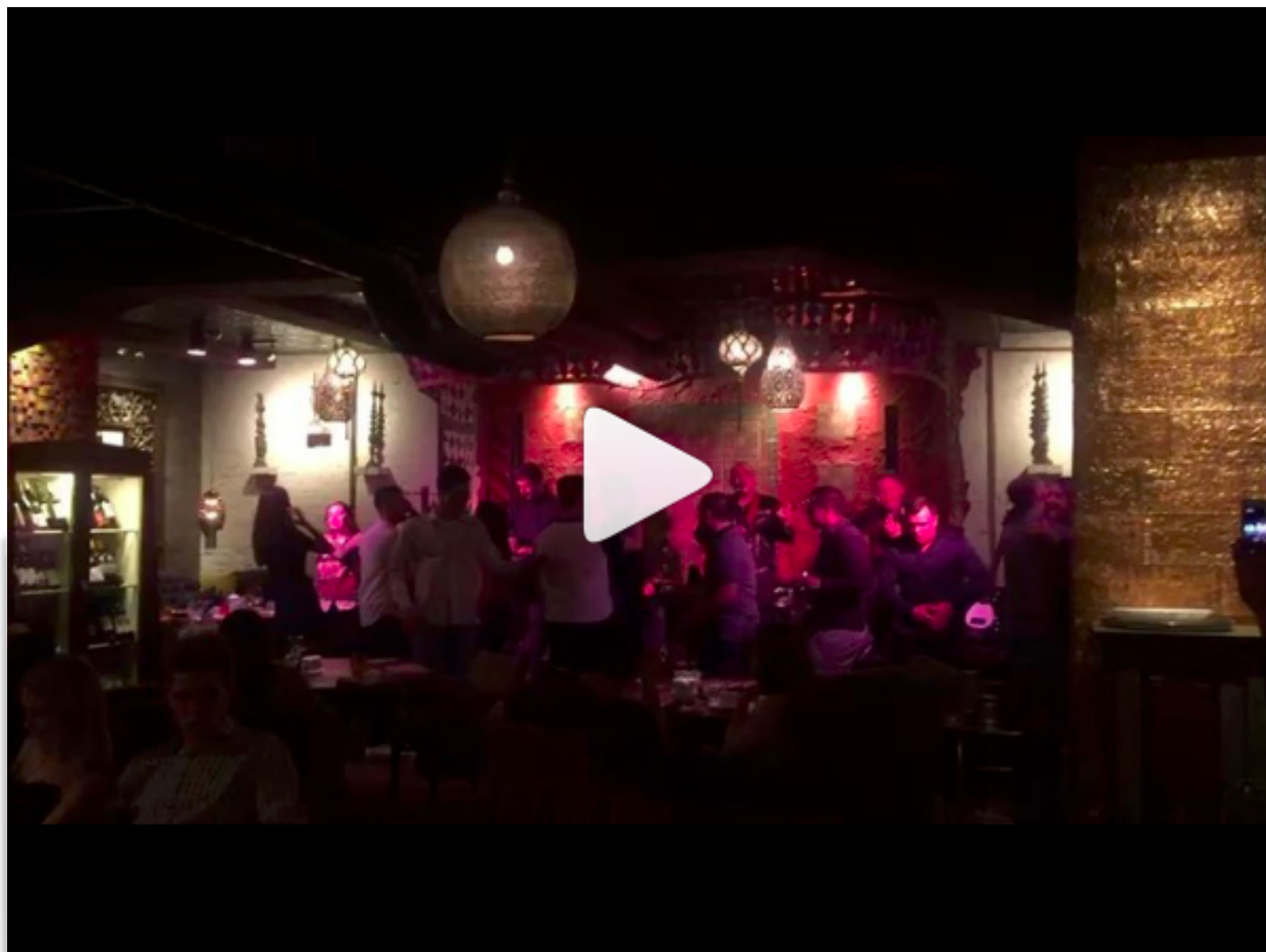


Анонс.

Единый стиль баннера, анонса, с помощью которого будет анонсироваться что угодно. От мероприятия до встречи, от планов до нового меню. Это планирование. Стиль графики — современный, лаконичный четкий, модный.

В выходные публикаций в ленте нет. Сториз на местах.

Понедельник



На выходных было так.

Как я провел выходные.

Либо одна лучшая фотография с выходных, либо видео. Это может быть совершенно по-разному. Я пока не знаю. Может быть гости, может один гость, каждый раз кто-то новый, может персонал в каком-то эмоциональном ключе, хостес в космюме, только звуки без картинки, главное, мы выкладываем в строиз фотоотчет, если был, со ссылкой. Но в ленту уходит только одна фотография.

Вариант: одно фото из тех, на которых нас отметили. Но отметок нет. Может быть поиском по геоточке.