1. SEO оптимизация – добре ще е да се започне с един SEO анализ на уебсайта, за да видим дали е оптимизиран напълно за търсачките. Това е най-важната част, преди спонсорираните реклами, за да сме сигурни че взимаме максимума от органичният маркетинг и излизаме на търсенията в нашата сфера. Проверява се всяка страница на сайта и се пишат релевантни meta title, meta description, h-tags и текстове с ключови думи. Това бута сайта на предни позиции в Google. Отнема време, защото търсачката действа с нейна скорост и правила и не може да се каже колко бързо ще стане, но е най-сигурният начин, че сайтът ще бъде показван в първите резултати за съответните търсения.

Поради спецификата на продукта и чувствителната тема, това е доста важно за уебсайта, защото е един от инструментите, които не са забранени като метод за маркетинг.

За тази цел, ще ми трябва достъп до админа на сайта.
2. Social media профили - Facebook, Instagram и тн. Ще трябва да се направят, тъй като в момента няма. Добре е да се направи един корпоративен имейл и да се регистрират профили на бранда в платформите, като се подготвят файлове с логото за профилна снимка и съответните други елементи за всяка платформа (например във Facebook ще ни трябва и дизайн за корица), както и текстово съдържание с инфо за продуктите.

Добре е да се публикуват регулярно материали – снимки на всички продукти (както продуктовата линия, така и всеки продукт отделно); може да се направят информативни картинки с ползите, видеа и тн. Придружени с хубав текст с емотиконки, препоръчително да се публикува поне 2 пъти седмично. Важно е да не са само продуктови публикации, за да има ценност за аудиторията – продуктите да се редуват със забавни или информативни постове. За тази цел е много удобно да има блог към сайта, на който можем да пишем статии, които да използваме и за публикации в мрежите.
3. Facebook/Instagram реклама – тук можем да използваме съдържанието от страницата, картинките и клиповете, които имаме, за реклами. Можем да таргетираме различни аудитории, като тестваме по интереси, демография, локация и тн. Когато натрупаме данни от трафик/engagement кампаниите, можем да създадем ремаркетинг кампания към хората, които вече са интерактнали с нашите реклами и да ги „преследваме“ с нови реклами.

Относно вейповете, както говорихме по телефона, вероятно ако пуснем реклама за тях ще я спрат, но за постове ще минат, тъй като виждам че има конкурентни брандове, които си пускат такива.

Относно козметиката и cbd маслото, не би трябвало да има проблем, но все пак е възможно и там да се появят рестрикции. Важното е, че най-лошото което може да се случи е да ни спрат рекламата. Препоръчвам да се направи рекламата от чисто нов акаунт само за този бранд, за да се избегнат грижите ако се банне акаунта. В случай че това стане, и рекламите са пуснати от акаунт в които има и реклами за други продукти, дори да не са свързани със забраненият продукт, се банва целият акаунт, за това е добре да се има предвид тази мярка.
4. Google Ads – това е най-силният инструмент за реклама и обикновено е най-ефективен, защото илизаме с реклами на хора, които търсят точно това, което предлагаме. Вейповете не могат да се рекламират, но за CBD няма проблем. Трябва да се пусне сайтът в тази платформа за да получи сертификат, за да нямаме проблеми с Google:

https://www.legitscript.com/google-cbd/
<https://my.legitscript.com/#/create-account>

Тук настройваме реклами по ключови думи, като се прави анализ на търсенията в бранша и се побират най-подходящите за нас. Слага се бид (цена за клик) на всяка дума и може да се регулира както пожелаем.

Можем да пуснем и картинките и другото съдържание, с което разполагаме, като реклами също в Display мрежата.

От тук се прави и YouTube рекламата, в случай че разполагаме с видео съдържание.
Отново е добре да се направи през имейл за бранда регистрация на нов профил.
5. Като спомагателни канали - можем да подготвим едно официално съобщение с оферта и да разпратим на популярни инфлуенсъри, ютубъри, блогъри и тн, чиято аудитория би се интересувала от нашият профукт. Така те ще рекламират нашият продукт на своите фенове, в замяна на заплащане или количество от нашият продукт.