

www.reallygreatsite.com

(702) 672-0028

jesse@vegastopmarketers.com

123 Anywhere St., Any City, ST 12345

Brand Strategy

This brand strategy outlines the foundation of **VTM Advertising & PR** — our mission, vision, values, voice, and visual identity — all designed to align who we are with how we show up in the world.





Contents

OUR STORY & BRAND DNA

MISSION AND VISION

TARGET AUDIENCE

COMPETITOR OVERVIEW

CURRENT SOCIAL MEDIA AUDIT

MARKETING GOALS

CONTENT PILLARS

BRAND VOICE & TONE

VISUAL STYLE & AESTHETIC

FEED LAYOUT GUIDE

ACTION PLAN & NEXT STEPS

Our Story & Brand DNA

VTM Advertising & PR was born out of a deep passion for helping brands show up online with intention and impact. After years of watching incredible businesses get buried in the algorithm or lost in the noise, we knew there had to be a better way.

We launched with one simple idea: social media should work for you — not the other way around. Today, we craft tailored digital strategies that not only grow your audience but turn them into loyal fans and customers.



Mission Statement

To empower purpose-driven brands with strategic, soul-led social media that sparks engagement, builds community, and drives real results — one post at a time. We believe social media should feel aligned, intentional, and impactful — not overwhelming or disconnected. At VTM ADvertising we're here to bring clarity, creativity, and confidence back to your digital presence.

Vission Statement

To become the most trusted and loved creative agency for brands who want more than likes — they want legacy. We envision a digital world where every brand has a unique voice, an authentic presence, and a strategy that works in harmony with who they are. Our goal is to shape that world by helping brands show up with purpose and personality across every platform.



Target Audience

DEMOGRAPHICS & BASICS

AGE RANGE: 25–45

GENDER: PREDOMINANTLY FEMALE (BUT INCLUSIVE OF ALL)

LOCATION: URBAN AREAS / ENGLISH-SPEAKING COUNTRIES

OCCUPATION: SMALL BUSINESS OWNERS, CREATIVES, SERVICE PROVIDERS

BUSINESS STAGE: EARLY TO MID-GROWTH PHASE

LOOKING FOR CLARITY,
STRATEGY, AND CONFIDENCE
ONLINE

TIRED OF DIY CONTENT
WITH NO RESULTS



Competitor Overview

A competitive analysis gives us clarity on what's already out there, where the gaps are, and how we can carve a space that feels fresh, valuable, and distinct.

TOP 3 COMPETITORS



COMPETITOR NAME	STRENGTHS	WEAKNESSES
Social Bloom Studio	Strong aesthetic, curated client case studies	Less flexible, high pricing for small businesses
The Content Lounge	Offers educational tools & mini-courses	Strategy often lacks depth/customization
Vibe Creative Agency	Trendy visuals, heavy on TikTok & Reels	Short-term focus, lacks deeper brand storytelling



Don't wait for
opportunity. *Create it.*

Current *Social* Media Audit

FOLLOWER GROWTH



+10K

Percentage to EOQ goal
120%

Percentage to EOY goal
120%

SESSIONS



200K

Percentage to EOQ goal
120%

Percentage to EOY goal
120%

ENGAGEMENT RATE



6.7%

Compared to previous month
Above
(Last month = 4%)



Marketing *Goals*

SHORT-TERM

Increase Instagram engagement rate by 2–3%
Reach 5,000 followers on TikTok with consistent posting
Launch and promote a lead magnet (freebie, checklist, or webinar)

MID-TERM

Launch a signature service or program
Collaborate with 2–3 aligned brands or influencers
Build a consistent monthly content calendar across all platforms

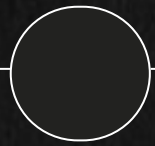
LONG-TERM

Establish a strong personal brand for the founder/team
Position the agency as a thought leader through content marketing & speaking
Scale content services and hire 1–2 new creatives or strategists



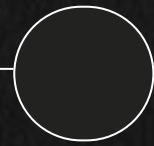


Content Pillars



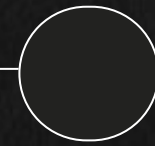
Education & Value

Teach, inform, and position the brand as an expert.



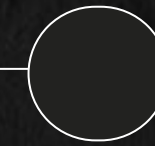
Behind the Brand

Build trust through transparency and personality.



Client Success & Social Proof

Highlight real results and happy clients.



Community & Conversation

Engage, connect, and create dialogue.



Brand Voice

Keywords that describe our voice: 

FRIENDLY

CONFIDENT

EMPOWERING

STRATEGIC

CLEAR

MODERN

What Our Voice is NOT:

ROBOTIC OR OVERLY FORMAL

TREND-CHASING WITHOUT SUBSTANCE

INCONSISTENT ACROSS PLATFORMS





Your *content* is your
storefront. Make *them*
stop, stare, *and* stay.



Moodboard



POLISHED



Visual Identity & Brand *Aesthetic*

BOLD



At **VTM ADVERTISING**, our visual style is a direct reflection of our tone — modern, confident, and polished, yet warm and approachable. We aim for a clean and bold aesthetic that feels both professional and creatively inspired. Whether someone sees our feed, website, or stories, the look should instantly feel cohesive and intentional.

CLEAN



Our color palette blends soft neutrals with subtle accents that create a calming yet modern vibe. Think muted beige and off-white as a base, contrasted with terracotta, blush pink, and charcoal for depth and personality. These tones help keep our visuals feeling balanced, welcoming, and elevated — never too loud, never too dull.



Content Calendar

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	Behind the Scenes Testimonial			Latest Blog		
			Product Demo FAQs answered			
	Product Features				Sale Promotion Lead Magnet	
				Morning Highlight		
			Tutorial Definitions			

Video

Photo

Graphic

Carousel

Platform 1

Platform 2



Feed Layout

At VTM Advertising & PR, we believe a curated feed should do more than just “look pretty.” It should guide your audience, showcase your personality, and support your strategy. A visually cohesive feed builds brand recognition and makes a strong first impression — which is often the deciding factor in whether someone hits follow or keeps scrolling.

Action Plan & Next Steps

With strategy in place, it's time to execute with clarity, consistency, and purpose. Here's our next move as a brand.



1. Implement Our Visual Identity

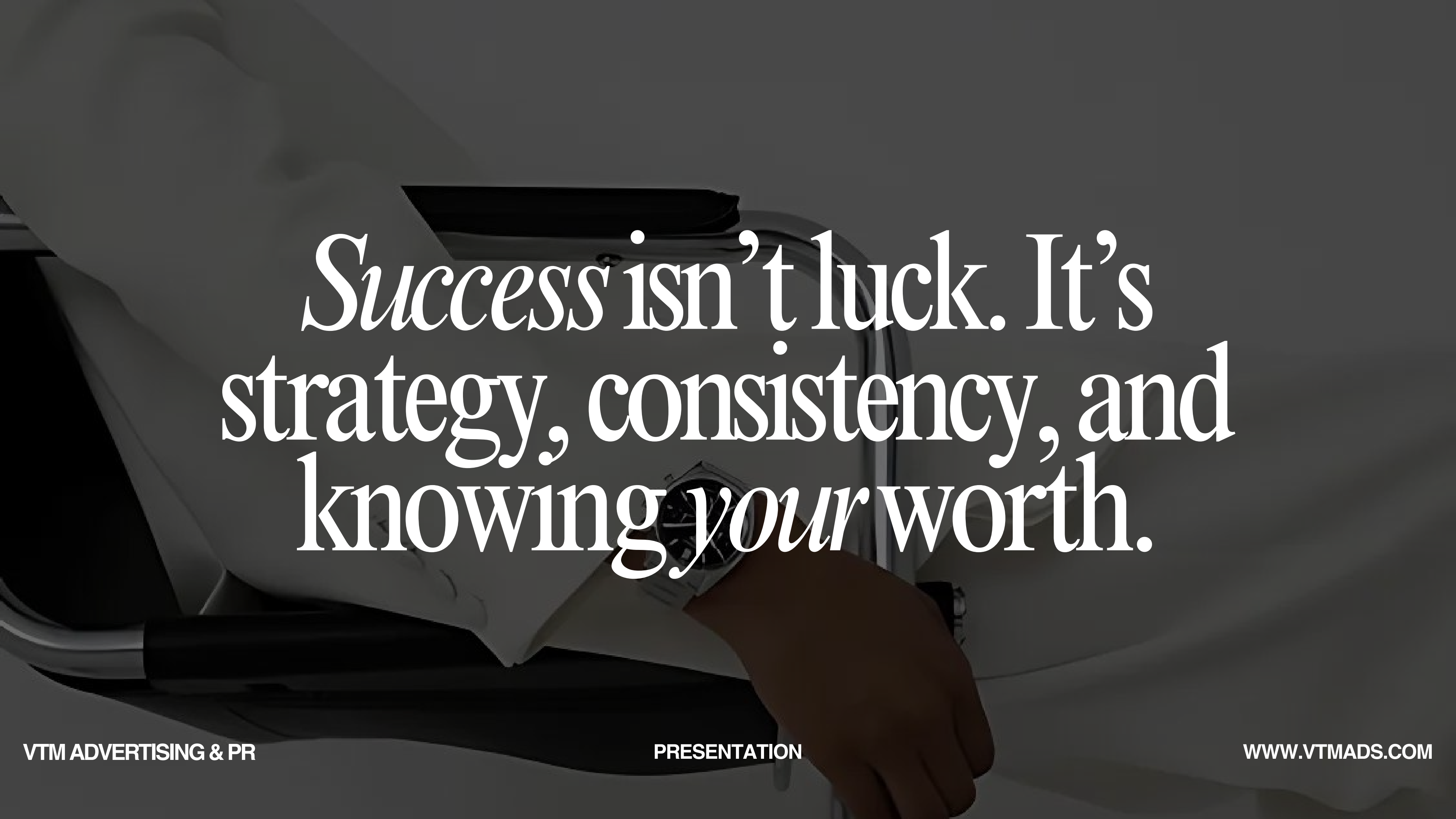
Update all social platforms, templates, and marketing materials to reflect our new branding — fonts, color palette, tone, and aesthetic. Ensure everything feels cohesive and instantly recognizable.

2. Build a 30-Day Content Calendar

Plan 3–5 posts per week using our content pillars: Education, Behind-the-Scenes, Community, Social Proof, and Promotion. Schedule content using Canva, Notion, or Planoly to maintain consistency.

3. Show Up With Our Brand Voice

Ensure all captions, replies, and emails reflect our brand tone: friendly, confident, and strategic. Keep messaging clear, human, and value-driven.

A grayscale photograph of a person in a suit, seen from the side, holding a briefcase. The person's left wrist is visible, wearing a watch. The background is dark and out of focus.

*Success isn't luck. It's
strategy, consistency, and
knowing *your* worth.*



GLYCOMIEL

Trois Parfums: ROSE, VIOLETTE, COLOGNE
Gelée à base de Glycérine et de Miel anglais

En dépit des saisons, gardez la fraîcheur à votre teint; la délicatesse parfumée à vos mains; à votre peau la douceur du miel. Incomparable pour la toilette des Bébés.

EN VENTE PARTOUT
Parf. HYLALINE, 37, Faub. Poissonnière, PARIS

FABRIQUE DE CHAUSSURES
EXCLUSIVEMENT POUR DAMES
L. & E. HAYON

à Limoges

PRINTEMPS-ÉTÉ
1919



"LAVALLIÈRE"

En toutes nuances

PRINTEMPS-ÉTÉ
1919



"MADELON"

En toutes nuances



GRANDE BOTTE

"CLASSIQUE"

EN VENTE

dans toutes les bonnes maisons
de chaussures et de Nouveautés

Exiger la marque ci-contre chez votre fournisseur.

SOUVENEZ-VOUS

De celui qui vous fut cher en faisant transformer son alliance en jolie bague pour Dame ou Homme avec pierre du mois ou écusson au modèle ci-dessous. Nous garantissons rendre la même bague avec le même poids et conservons l'inscription intérieure s'il y en a.

Prix Exceptionnel 15^{fr} avec écusson ouvrant pour recevoir sésame 30^{fr} après envoi franco du CATALOGUE de BIJOUTERIE OR et HORLOGERIE R. ROCHETTE (F), 478, r. du Temple, Paris (1^{er} étage) M^{me} FRANÇAISE FONDÉE EN 1904



POILS

Enlevés rapidement avec la Poudre Epilatoire "Novella". Reins des poudres de ce genre. Simplicité d'application. Résultats garantis. N'occasionne jamais de rougeurs ni de boutons. La boîte: 0 fr. 60 (franco: 7 fr.) A. S. B. 376, rue Saint-Honoré, Paris.

DENTOX

Vos dents doivent être soignées toute la vie par L'EXCELLENTE PÂTE DENTIFRICE

Fortement antiseptique, parfaitement désinfective, agréablement aromatisée. En vente partout. Petit tube: 0 fr. 90, grand tube: 1 fr. 50 SCOTT, 35, rue du Mont-Thabor, PARIS

CILS ET SOURCILS PAIS ET FOLINIS

Charme du regard. Résultats instantanés par le KANGOU D'ASIE le pot 4.50 francs PALISSE, 4, Place Bruhauban à Tarbes (H.-P.)

SANTÉ DES DAMES

A tous les Ages par l'ÉLIXIR de **VIRGINIE NYRDAHL**

qui fait disparaître les accidents de la Formation et du Retour d'âge tels que: Hémorragies, Congestions, Vertiges, Etouffements, Palpitations, Gastralgies, Désordres Digestifs et Nerveux.

Ce médicament guérit également les Varices et Ulcères variqueux, la Phlébite et les Hémorroïdes.

En décapant ce Bon et en l'adressant à **PRODUITS NYRDAHL, 20, rue de La Rochefoucauld, PARIS** on recevra gratuitement et franco une intéressante brochure de 150 pages.

OCCASIONS DE PARIS

Comparez ces prix à ceux que vous trouvez partout ailleurs

NOS TISSUS

Diagonale marine n° 890, largeur 1 m. 05. Petite étoffe très pratique, pouvant s'employer comme doublure chaude, et aussi pour robes d'enfants, petits tabliers, etc.

Le mètre, franco 7 francs.
Les 3 mètres, franco gare 20 fr. 50
Les 5 mètres, franco gare 34 fr. »

Polo n° 3400, pure laine, largeur 1 m. 20, en noir et en bleu marine, souple, chaud, seyant.

Le mètre, franco 23 francs.
Les 3 mètres, franco gare 68 —
Les 5 mètres, franco gare 110 —

TISSU POUR DEUIL

Crêpe de laine, largeur 1 mètre, belle qualité.
Le mètre, franco 9 fr. 75
Les 3 mètres, franco gare 28 fr. 50
Les 5 mètres, franco gare 46 fr. 25

SERVIETTES NIDS D'ABEILLES

Serviettes nids d'abeilles n° 3200, coton blanc, belle qualité.
La douzaine, franco gare 25 francs.
La 1/2 douzaine, franco gare 13 francs.

BAS

Bas en coton noir très souple, belle qualité, article de durée. Taille moyenne seulement.

La paire, franco recommandé, 5 francs;
Les 3 paires, franco recommandé, 14 francs;

Ces articles sont payables intégralement en argent. Les bons remboursables sont rigoureusement refusés.

Adressez commandes et mandats à M. Orsoni, 7, rue Lemaignan, Paris (XIV).

PELADE NOTICE GRATUITE HENRI, pharmacien, 29 rue Malakau, Toulouse.



J'OFFRE à tous la "GEMME ATZEL", pierre étanche, facile et fertile, d'après les lois astrologiques: cette gemme Porte-Bonheur est gravée spécialement selon la natalité de chaque personne. Montée sur bijou en or argent — contrôlée par l'Etat — elle constitue un véritable Bijou-Talisman. Nombreuses attestations. Demandez le Livre d'Or et la plaquette illustrée. Envoi sans pli fermé, 50 cent. SIMON BIENNER, Bijoutier - Lapidaire, 18, rue des Grès, 18, section 20, Clermont-Ferrand (P.-de-D.). Maison créée en 1902.

Maladies de la Femme

La femme qui voudra éviter les Maux de tête, la Migraine, les Vertiges, les Maux de reins qui accompagnent les règles, s'assurer des époques régulières, sans avance ni retard, devra faire un usage constant et régulier de la **JOUVENCE de l'Abbé Soury**

De par sa constitution, la femme est sujette à un grand nombre de maladies qui proviennent de la mauvaise circulation du sang. Malheur à celle qui ne se sera pas soignée en temps utile, car les pires maux l'attendent.

La JOUVENCE de l'Abbé SOURY est composée de plantes inoffensives sans aucun poison, et toute femme soucieuse de sa santé doit, au moindre malaise, en faire usage. Son rôle est de rétablir la parfaite circulation du sang et de décongestionner les différents organes. Elle fait disparaître et empêche, du même coup, les Maladies intérieures, les Métrites, Fibromes, Tumeurs, Cancers, Mauvaises suites de Couches, Hémorragies, Pertes blanches, les Varices, Phlébites, Hémorroïdes, sans compter les Maladies de l'Estomac, de l'Intestin et des Nerfs, qui en sont toujours la conséquence. Au moment du Retour d'âge, la femme devra encore faire usage de la JOUVENCE de l'Abbé SOURY pour se débarrasser des Chaleurs, Vapeurs, Etouffements, et éviter les accidents et les infirmités qui sont la suite de la disparition d'une formation qui dure si longtemps.

La JOUVENCE de l'Abbé SOURY se trouve dans toutes les Pharmacies: le flacon, 5 francs; franco gare, 5 fr. 60. Les quatre flacons, 20 francs franco gare contre mandat-poste adressé à la Pharmacie Mag. DUMONTIER, à Rouen. (Ajouter 0 fr. 50 par flacon pour l'impôt.)

Bien exiger la Véritable JOUVENCE de l'Abbé SOURY avec la signature Mag. DUMONTIER. (Notice contenant renseignements gratuits.)

Thank you.

Email
jesse@vegastopmarketers.com

Social Media
VTM Advertising

Phone
(702) 672-0028

POUR NE PAS URINER AU LIT

DRAGÉES GRIMAUD au Fer et à l'Ergot de Seigle
DEMANDEZ NOTICE: PELAUD, 37, B* de la Chapelle, Paris.

EPILEPTIQUES

MAINTENANT VOUS GUÉRIREZ
N'HÉSITÉZ PAS à demander au Laboratoire du Sud-Est, à Saint-Priest (Isère) les preuves gratuites de la guérison de L'EPILEPSIE et MALADIES NERVEUSES même désespérées.

LA BI-OXYNE

BLANCHIT LES DENTS
Poudre Boite Grand Modèle Fr. 3.50
Poudre Boite Moyen Modèle Fr. 2. —
Pâte le Tube Fr. 1.50
LABORATOIRE: 12, Rue Saint-Georges, PARIS



MAUX DE REINS

Peu importe si la douleur est aiguë ou sourde, persistante ou intermittente, la seule chose à retenir, lorsque vous souffrez au bas du dos, c'est que vos reins sont malades. Or, ne laissez jamais aggraver une maladie de reins, mais soignez-la dès le début en prenant les

PILULES FOSTER POUR LES REINS

Elles font disparaître l'inflammation et rendent l'activité nécessaire aux reins et à la vessie pour chasser du sang l'acide urique en excès qui pourrait provoquer de graves désordres dans l'organisme.

La Boîte: 3.50; 6 Boîtes: 20 fr., impôt en plus 0.40 par Boîte.
Dans toutes les Pharmacies ou France: M. BINAUD, PHARMACIEN, 20, Rue Saint-Ferdinand, Paris-17^e.

