

Первые 9 шагов в маркетинге для начинающих предпринимателей



ЧТО продавать?
КОМУ продавать?
КАКУЮ цену ставить?
КАК продвигаться?
ГДЕ продвигаться?
ЧТО такое стратегия?
НУЖНА ли она вообще?
ЧТО постить в соц.сетях?

1 шаг. Определение своей аудитории

Целевая аудитория (ЦА)

это группа людей, которые являются потенциальными клиентами или пользователями продукта или услуги, которые предлагает компания.



Какие критерии сегментов ЦА

1

Социальные: пол, возраст, семейное положение, наличие детей, доход, профессия, образование

2

Географические: место работы, место проживания, основные пути (с работы до дома, прогулки, супермаркеты)

3

Психологические: стиль жизни, убеждения, интересы/хобби, привычки, страхи, боли, раздражения, цели в жизни, ожидания от продукта и тд.

4

Дополнительные: источники информации, доступность этих источников, кто принимает решение о покупке, нужно ли согласование покупки

Источники информации

1

Маркетолог

2

Собственный опыт

3

Проведение опросов: брифы, анкетирования

4

Открытая статистика: Росстат, Яндекс.Вордстат

Пример. Сегмент 1

Социальные:

Пол: женщина

Возраст: от 55 лет

Семейное положение: в браке

Наличие детей: есть 3 + внуки

Доход: 35 000 р.

Профессия: пенсионер

Образование: высшее

Географические:

Место проживания: городской центр

Основные пути: парки, остановки, рынки

Дополнительные:

Источники информации: газеты, TV, соседки, продавцы на рынках

Кто принимает решение о покупке: самостоятельно.

Нужно ли согласование покупки? С супругом.



Психологические:

Стиль жизни: активный

Убеждения: принципиально резкие

Интересы/хобби: туризм, культурные мероприятия, садоводство

Страхи: за здоровье, детей, внуков

Боли: не хватает средств, проблемы со здоровьем

Раздражения: плохой сервис, отсутствие скидок

Цели в жизни: счастливая спокойная и здоровая пенсия

Ожидания от продукта: свежие продукты, полезность

Шаг 2. Изучение конкурентов

1

Продукт. Дизайн, упаковка, качество, состав, срок годности, выставка и тд

2

Цена. Супермаркеты, маркетплейсы

3

Маркетинг. Акции, программы лояльности, сайт, соц.сети

4

Отзывы. Отзовики, карты



Шаг 3. Создание уникального продукта, УТП



Молоко с протеином

Для молодых людей, кто активно занимается спортом и наращивают мышцы,

Доверяет заграничному производству



Люксовый сыр

Для любителей ценящих качество, вкус

Есть недостаток

Закупаются в люксовых магазинах продуктов



Детский творог

Для родителей детей, которые не любят творог



Домашний хлеб

25-35 лет, ценящих свежий хрустящий хлеб

Покупают рядом с домом, готовы потратить чуть больше за качество

Шаг 4. Создание бренда



Брендбук:



1

Концепция бренда

миссию, ценности, цели, видение и уникальные характеристики бренда.

2

Топ of voice (голос бренда)

3

Фирменный стиль

4

Стиль фото и иллюстраций

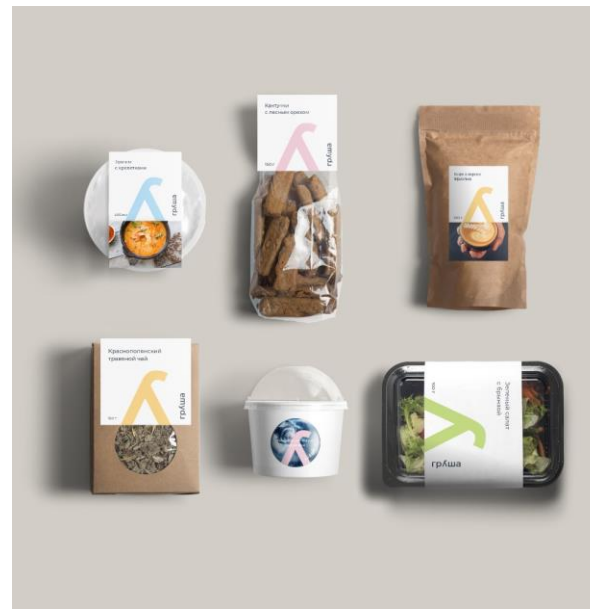
Фирменный стиль

это набор правил и руководящих принципов, которые определяют внешний облик и тон коммуникаций организации.

Он включает в себя элементы дизайна, такие как:

- Логотип
- Шрифты
- Цвета
- Паттерны
- Дизайны упаковок
- Другая полиграфия
- Правила использования

Источником фирменного стиля является Брендбук.



Пример бренда

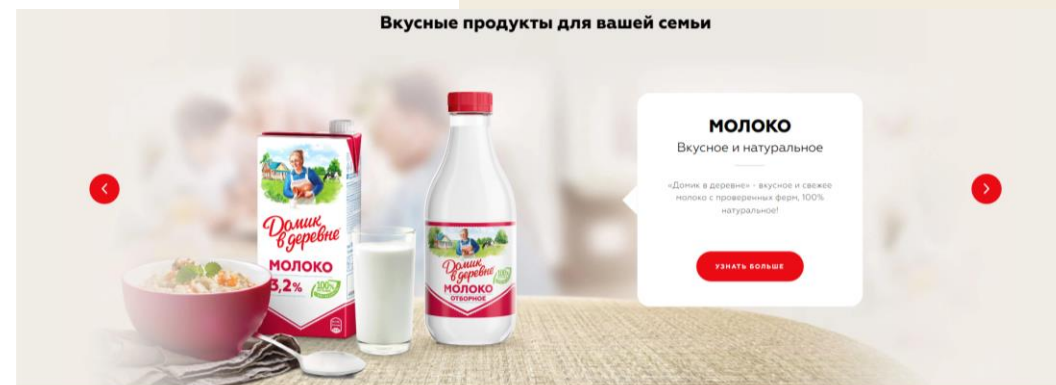


ЦА – люди с развитым вкусом, опытные гурманы, жители крупных городов с развитой ресторанной культурой, часто путешествующие и регулярно бывающие в гастрономических турах гедонисты. Они – фанаты сыра, испытывающие тоску по любимым композициям вкуса и аромата.

Endorf – это первый российский бренд выдержанных твёрдых и полутвёрдых сыров.

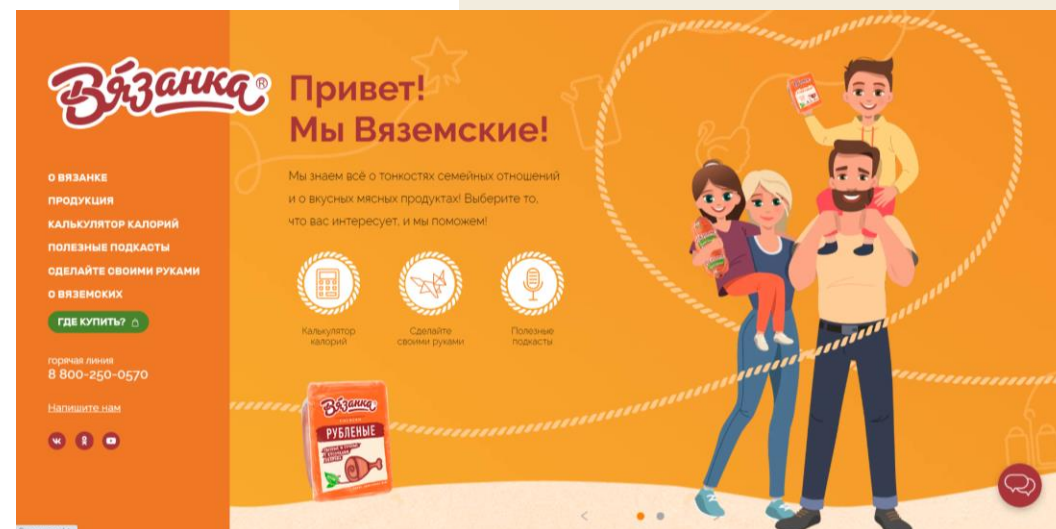
Endorf звучит и как благородная европейская фамилия, а так же созвучно слову «эндорфин», тем самым обещая хорошее эмоциональное состояние и приятные впечатления.





Шаг 5. Создание платформы для коммуникации

Сайт, социальные сети, мессенджеры, номер телефона, фирменная почта, адрес магазинов и производства

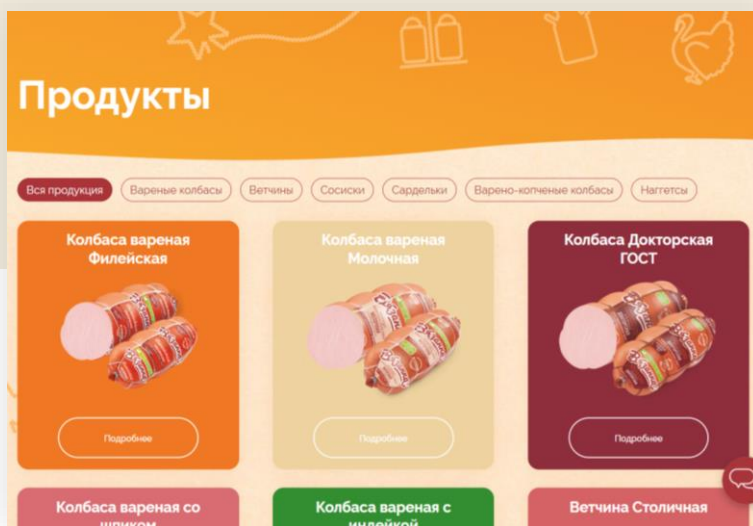


Сайт



Информация о компании (история, производство, работники), полезная информация (советы, рецепты), акции.

Грамотный сайт успех в SEO-маркетинге



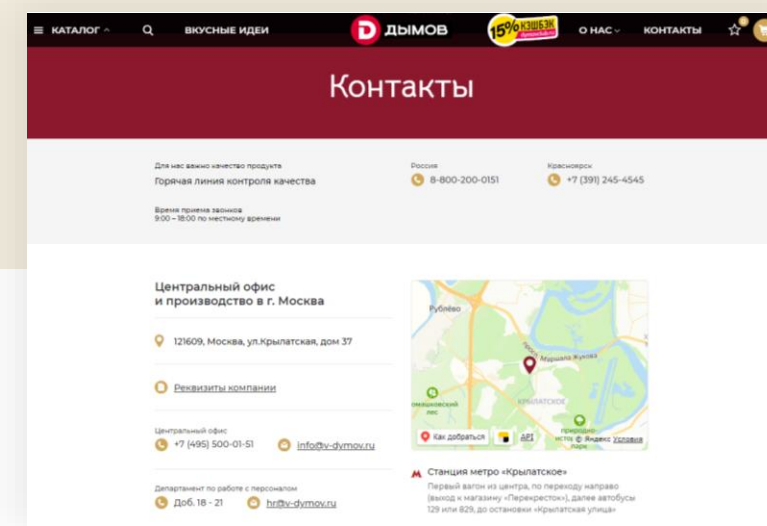
Каталог продукции

С описание товара



Интересное наполнение

Для привлечения и удержания
внимания

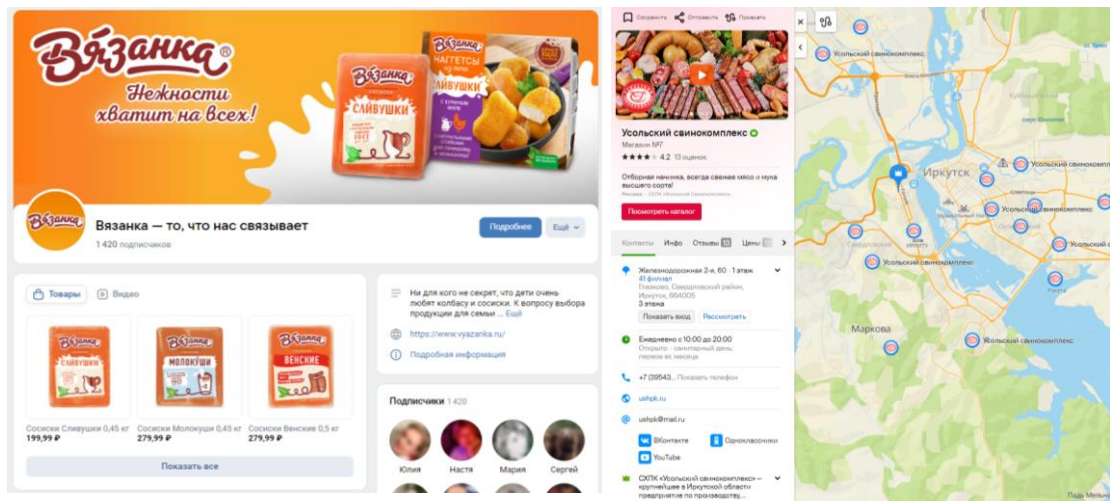


Способы связи

Производство, офис, отделы,
магазины,

Мессенджеры, социальные сети

Телефон почта



Дополнительно



1

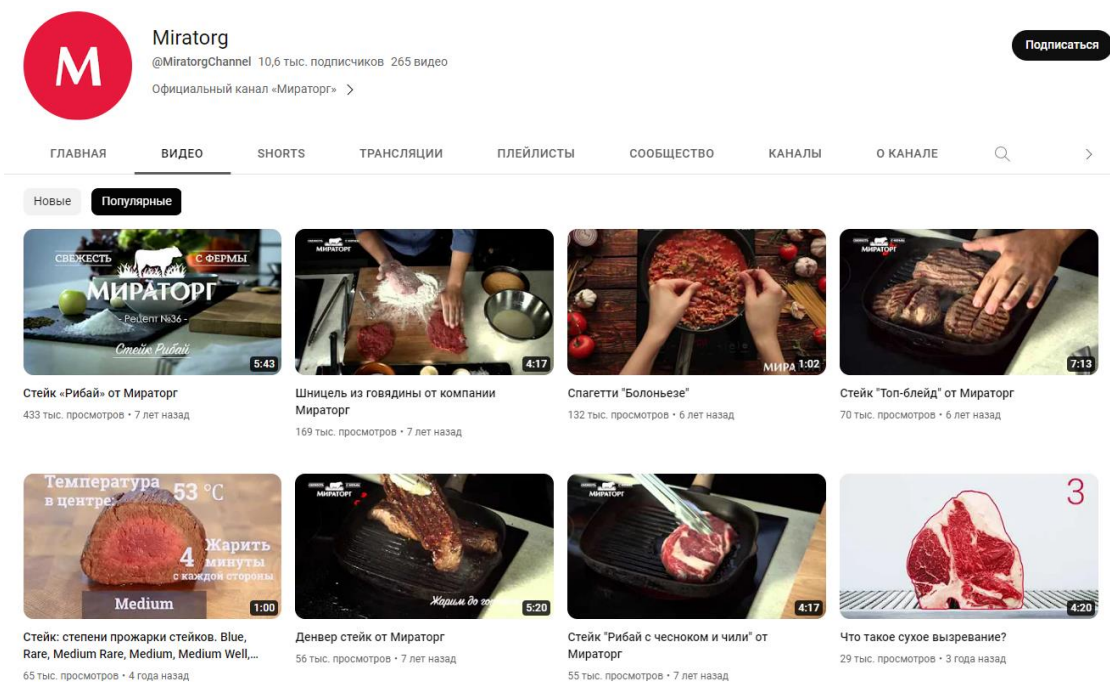
Карты: 2Gis, Яндекс/Гугл Карты другая навигация

2

ВК, Одноклассники, Телеграм, Ютуб

3

Телефон, почта и другие контактные данные



Реклама

Телефон
+7 (4922) 52-99-99

E-mail
reklama@abi.ru

Продажи

Телефон
+7 (4922) 52-99-99 доб. 1333

E-mail
abi.sales@abi.ru



Шаг 6. Показывать экспертность

Станьте экспертом в вашей нише. Напишите статьи, участвуйте в веб-семинарах, чтобы стать экспертом в своей области.

Площадки: Яндекс.Дзен, Ответы Mail.ru, сайт, публикации в журналах, интервью, блоги, рассылки и тд.

Примеры и площадки для показа экспертности



Стейк «Рибай» от Мираторг

433 тыс. просмотров • 7 лет назад

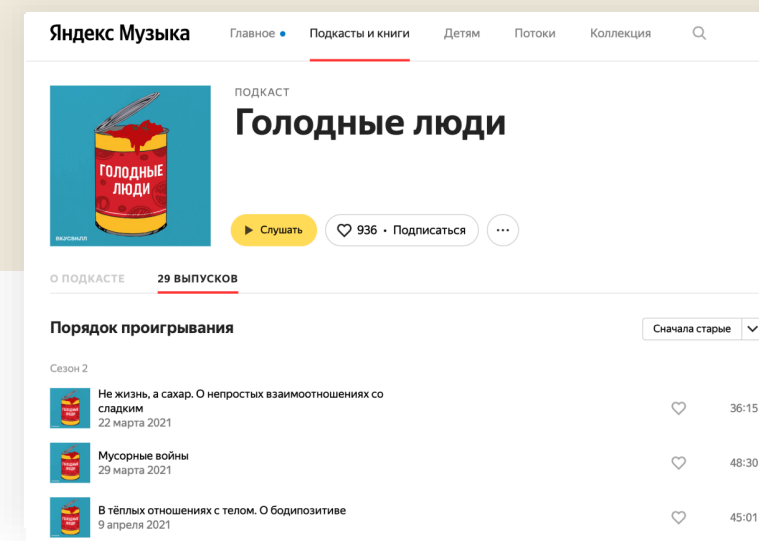
Видео-рецепты



Три мифа о хлебе

"Экохлеб" развенчивает любые мифы: мы производим хлеб, который приносит пользу для здоровья и отвечает самым высоким стандартам качества.

Блог на сайте



Подкасты

Шаг 7. SMM

это стратегия продвижения бренда в социальных медиа с целью привлечения новых клиентов и удержания уже существующих.



Вязанка — то, что нас связывает
14 дек 2022

Готовим вкусную и полезную домашнюю пиццу со шпинатом и варёной колбасой «Докторская ГОСТ» от Вязанки. Получится сбалансированно и очень сытно 🍕

Тебе понадобится:
Показать ещё



Мираторг ✓
23 мая в 15:22

Что такое «Горячая линия» Мираторг? Один из каналов коммуникации между нами и вами.

Это проект компании в форме ежедневной и круглосуточной телефонной консультации по каким-либо вопросам относительно нашей деятельности и качества продукции, а также приём обращений. Показать ещё

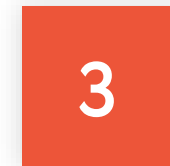


Горячая линия Мираторг
3 899 просмотров

Дополнительно



Визуал



Таргет



Контент

То чувство, когда позвали на шашлыки

5

Как же иногда хочется простого человеческого пропахнуть костром 🍖

Идите к своей мечте и ничего не бойтесь! А все элементы идеального шашлыка уже ждут вас в «Пятёрочке» — по самым приятным ценам.

#реклама #информация_о_компании

👍 860 🙌 577 🔥 257 ❤️ 127 🍗 43 🏠 100 42

🍷 37 🍓 35 🍷 28 🍌 27 ⚡ 26

179,3К 👁 17:00

Стикеры ЛЕНТА - 18 мар

Новые стикеры с Подсолнухом уже в нашем Telegram

Переходите по ссылке «Подробнее» и скачивайте стикерпак

Нажмите, чтобы отправить историю друзьям

Подробнее

Личный кабинет

Мы обновили путь создания, чтобы сделать вашу рекламу ещё эффективнее
Подробнее о целях Вернуться в старый интерфейс

Выберите цель рекламы

Все цели Сообщество Сайт Мобильное приложение VK Mini Apps Видео Сбор заявок Товары Личная страница

| | | |
|------------------------------|--|--|
| Показы и переходы | Вовлечение ВКонтакте | Конверсии |
| Показы рекламного объявления | Подписки на сообщество | Конверсии на сайте |
| Переходы по рекламе | Сообщения в сообщество | Установки мобильного приложения |
| | Подписки на мероприятие | Конверсии внутри мобильного приложения |
| | Продвижение товаров или услуг в сообществе | Продвижение товаров из каталога сайта |
| | Заполнение лид-формы | |
| | Переходы в VK Mini Apps | |
| | Подписки на рассылку | |

Помощь

Контент-маркетинг

стратегия маркетинга, направленная на создание и распространение ценного, полезного и привлекательного контента для привлечения и удержания целевой аудитории.



Пример контент-плана для производителя молока и сыра



| | Понедельник | Вторник | Среда | Четверг | Пятница | Суббота | Воскресение |
|----------|------------------------------------|--|---|--|---|---|--|
| 1 неделя | Общая информация о коровах | Свежее молоко всего сегодняшнего утра! | Рецепт из фирменного молока | Описание процесса производства сыра из нашего молока | Факты о молоке, которые вас удивят! | Наше молоко лучшее! (продающий) | Описание нашей истории и того, как мы начали производить молоко |
| 2 неделя | Польза нашего молока для организма | Рецепты и идеи наших любимых коктейлей | Где можно купить нашу свежую продукцию? (продающий) | Вид сыра - превосходный вкус и неповторимый аромат! | Истории наших клиентов | Факты о растительном молоке, которые вас удивят | Из чего состоит наш фермерский завод? |
| 3 неделя | Как выбрать сыр? | Преимущества и примеры детских блюд из нашей продукции | Факты о лактозе | По-настоящему вкусный сыр (продающий) | Почему нельзя пить молоко взрослым котам и собакам? | Рецепты быстрых блюд из нашего сыра | О времени суток, когда стоит употреблять молоко и другие молочные продукты |
| 4 неделя | Секреты изготовления нашего сыра | Блюда на основе молочных продуктов и низкокалорийных десертов. | Полезный творог (продающий) | Описание процесса заказов и обработки доставки. | Приходите на экскурсию и пообщайтесь с нами вживую! | Рецепты и идеи наших любимых коктейлей | Конкурс на лучшее фото с нашей молочной продукцией! |

*не стоит забывать о форматах постов: видео, фото, галерея и тд.

**существует множество видов постов: гайд, топ, подборка, конкурсы, опросы, чек листы и тд, которые адаптируются под любую тему.



Шаг 8. Создание и реализация рекламной компании

это комплекс мероприятий по продвижению товаров или услуг на рынке с целью увеличения объема продаж и/или узнаваемости бренда.

Основные этапы создания РК



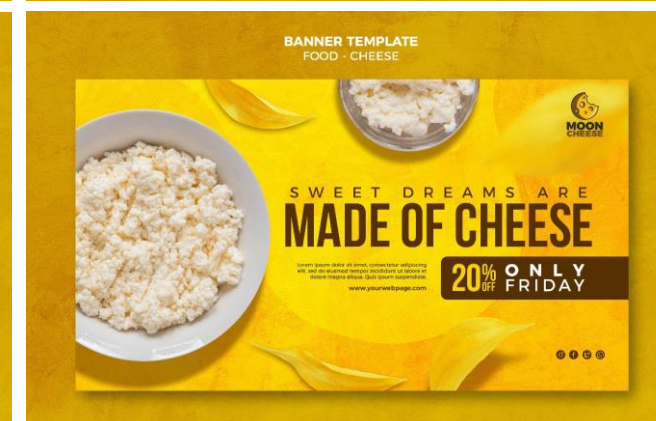
- 1 Определение цели рекламной компании: узнаваемость, продажи (бренда, продукции)
- 2 Разработка креативной концепции: создание уникального и запоминающегося образа, который будет использоваться во всех элементах рекламной кампании (на основании анализа ЦА)
- 3 Разработка медиа-плана: выбор наиболее эффективных каналов рекламы, определение бюджета, распределение ресурсов (на основании анализа ЦА)
- 4 Создание рекламных материалов: разработка текстов, дизайна (на основании фирменного стиля, линейки продукции, выбранного сегмента ЦА)
- 5 Запуск кампании: размещение рекламы в выбранных каналах, мониторинг результатов и корректировка медиа-плана в процессе кампании при необходимости

Пример РК для производителя сыра

Крафтовый сыр производимых в малых количествах по уникальной швейцарской технологии на современном производстве.

Для молодых творческих людей живущих в новостройках и ведущих активный образ жизни.

- Контекстная реклама в интернете
- Билборды расположенные вдоль пробок
- Брендирование сырной полки холодильника супермаркета
- Размещение в фитнес-клубах

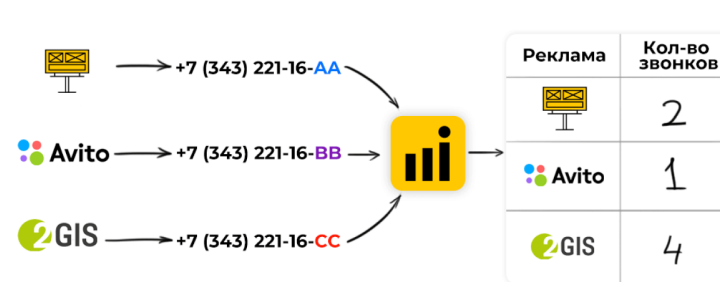


Шаг 9. Аналитика результатов РК

процесс анализа и измерения эффективности рекламной компании для достижения поставленных целей.



Способы отслеживания Эффективности РК:



По промокоду
«МОЙ БИЗНЕС»
СКИДКА -35%!



Яндекс Метрика

Roostat callibri

1

Колтрекинг, промокоды, QR-код

2

Яндекс.Метрика

3

Комплексные системы: Roostat, Callibri и тд.

9 первых шагов в маркетинге

1 Определение ЦА

2 Изучение конкурентов

3 Создание уникального продукта, УТП

4 Создание Бренда

5 Создание платформы для коммуникации

6 Показывать экспертность

7 SMM, контент-маркетинг

8 Создание и реализация РК

9 Аналитика РК

Спасибо за внимание!

Удачи в создании незабываемых продуктов!
А мы будем всегда рядом и придем на помощь

+7 (3952) 202-102, доб. 147

Центр кластерного развития, Региональный маркетинговых центр