

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 пониженной калорийностью и витаминами

Для людей, которые активно следят за своим здоровьем и придерживаются диетического питания,

Доверяют иностранным брендам



Йогурт с высоким содержанием белка

Для молодых людей, занимающихся спортом, наращивающих мышечную массу.

Обращают внимание на натуральный состав продуктов



Детский творог

Для родителей детей, которые не любят молочные продукты

Для родителей, которые следят за составом и пользой продуктов, которые они покупают для своих детей



Цельнозерновой хлеб

Для людей, обращающих внимание на состав продуктов и ведущих активный образ жизни

Доверяют местному производителю

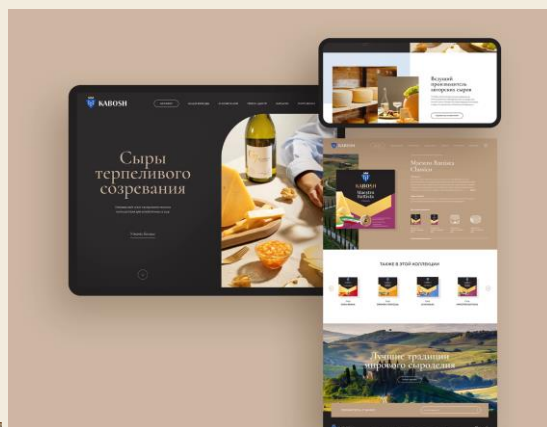
Шаг 4. Создание бренда

Брендбук:



1

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



2

Top of voice (голос бренда)

3

Фирменный стиль



4

Стиль фото и иллюстраций

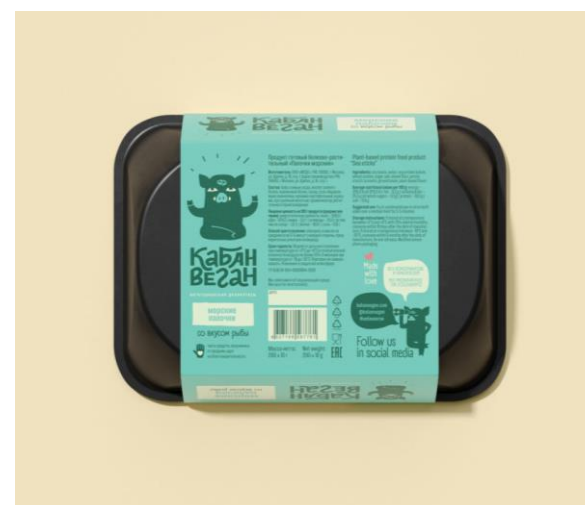
Фирменный стиль

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



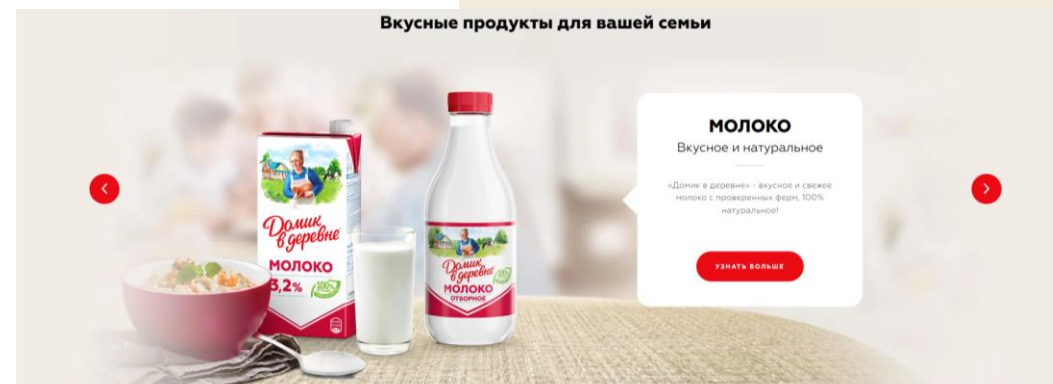
ЦА – люди с развитым вкусом, опытные гурманы, жители крупных городов с развитой ресторанной культурой, часто путешествующие и регулярно бывающие в гастрономических турах гедонисты. Они – фанаты сыра, испытывающие тоску по любимым композициям вкуса и аромата.

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.

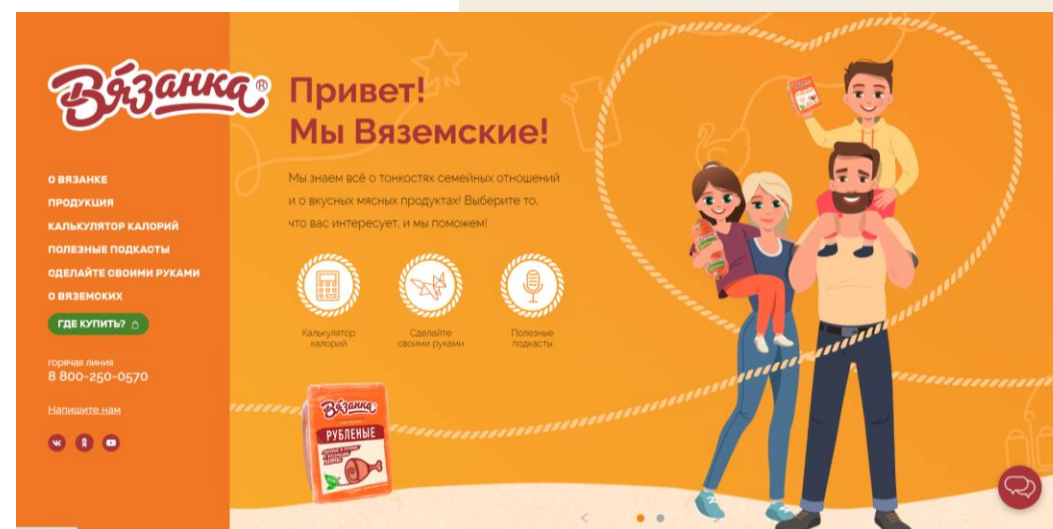


Вкусные продукты для вашей семьи



Шаг 5. Создание платформы для коммуникации

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

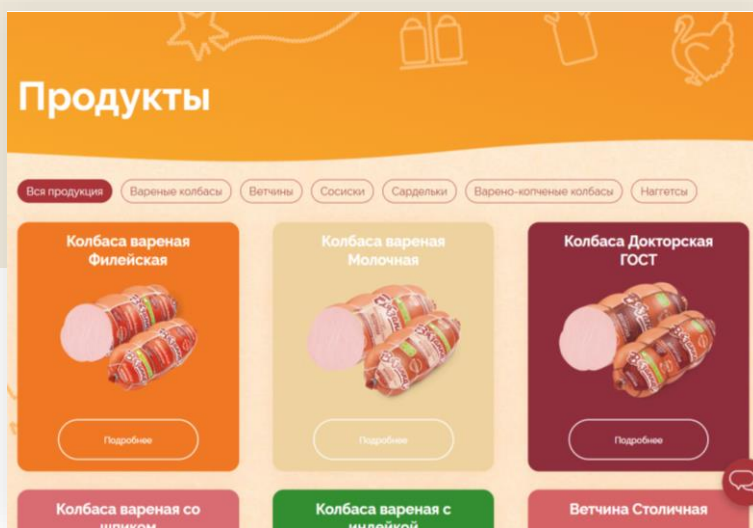


Сайт



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

Грамотный сайт успех в SEO-маркетинге



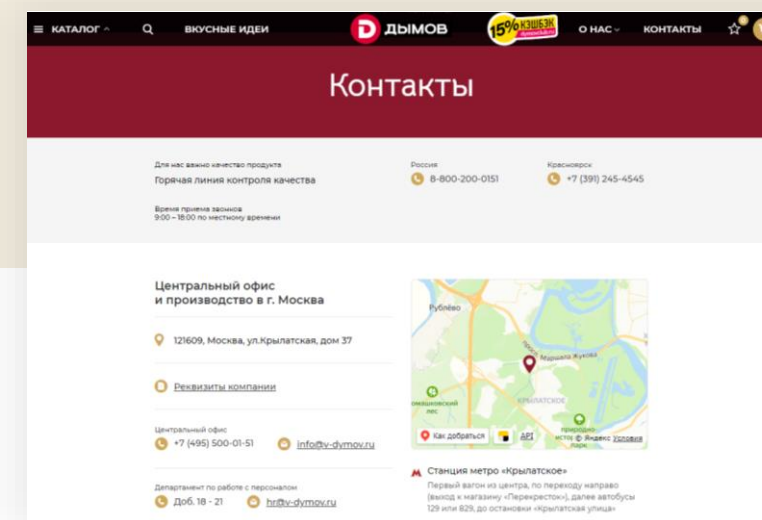
Каталог продукции

С описание товара



Интересное наполнение

Для привлечения и удержания
внимания

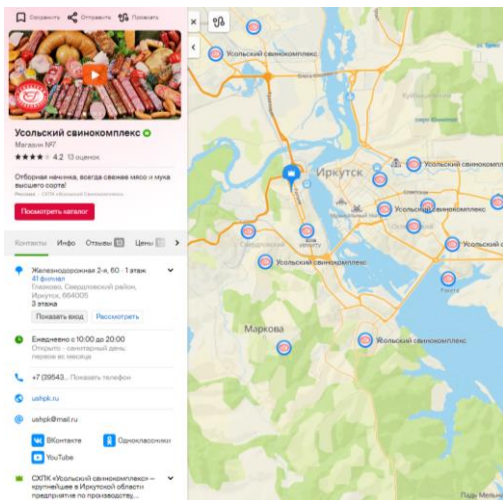
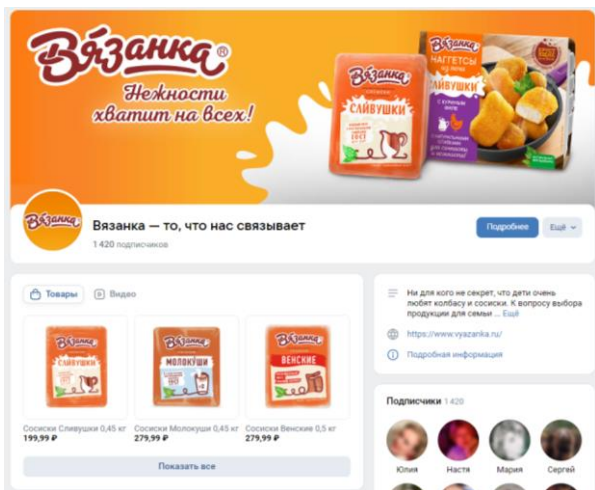


Способы связи

Производство, офис, отделы,
магазины,

Мессенджеры, социальные сети

Телефон почта



Дополнительно



1

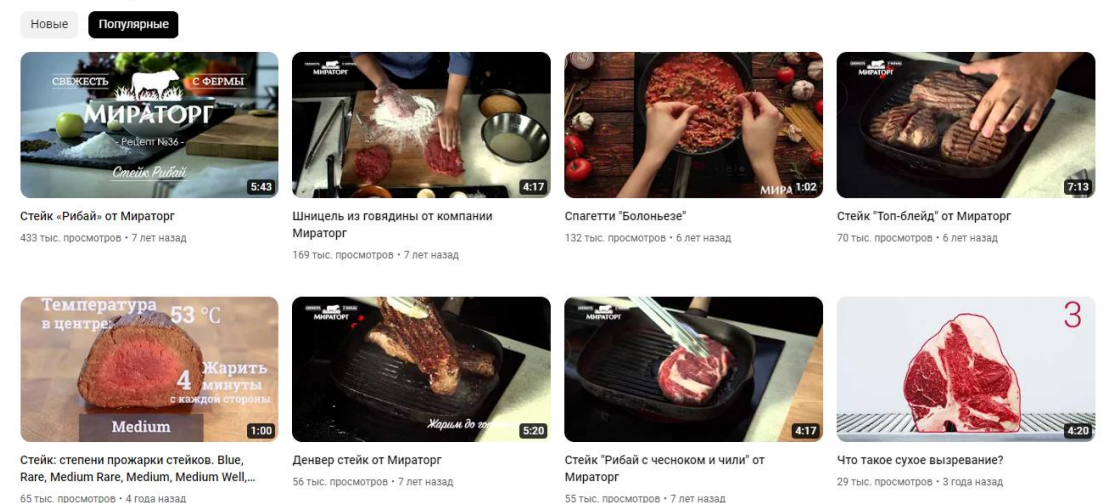
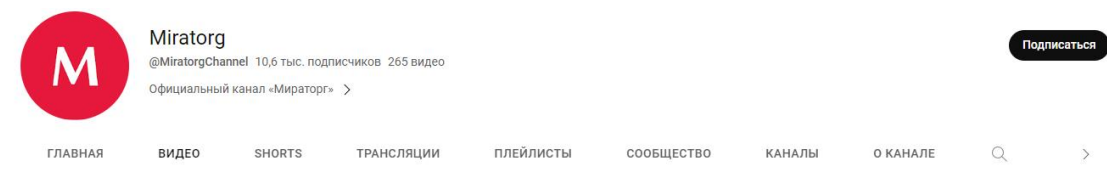
Карты: 2Gis, Яндекс/Гугл Карты другая навигация

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

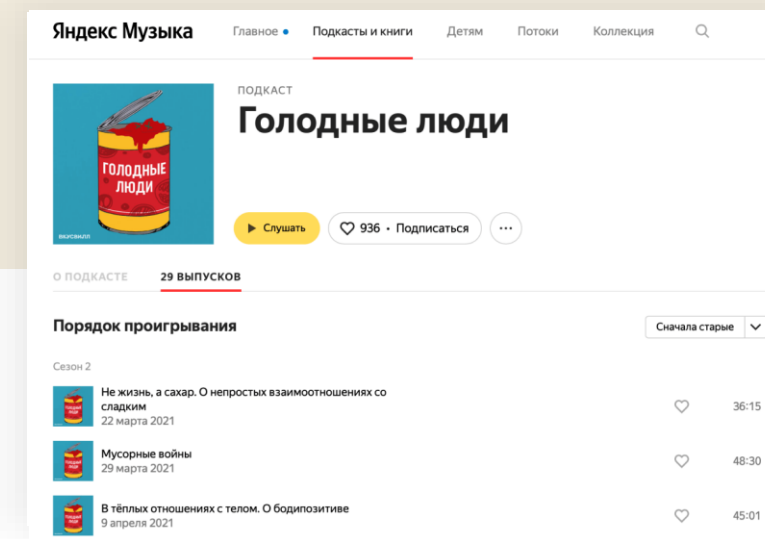
Видео-рецепты



Три мифа о хлебе

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

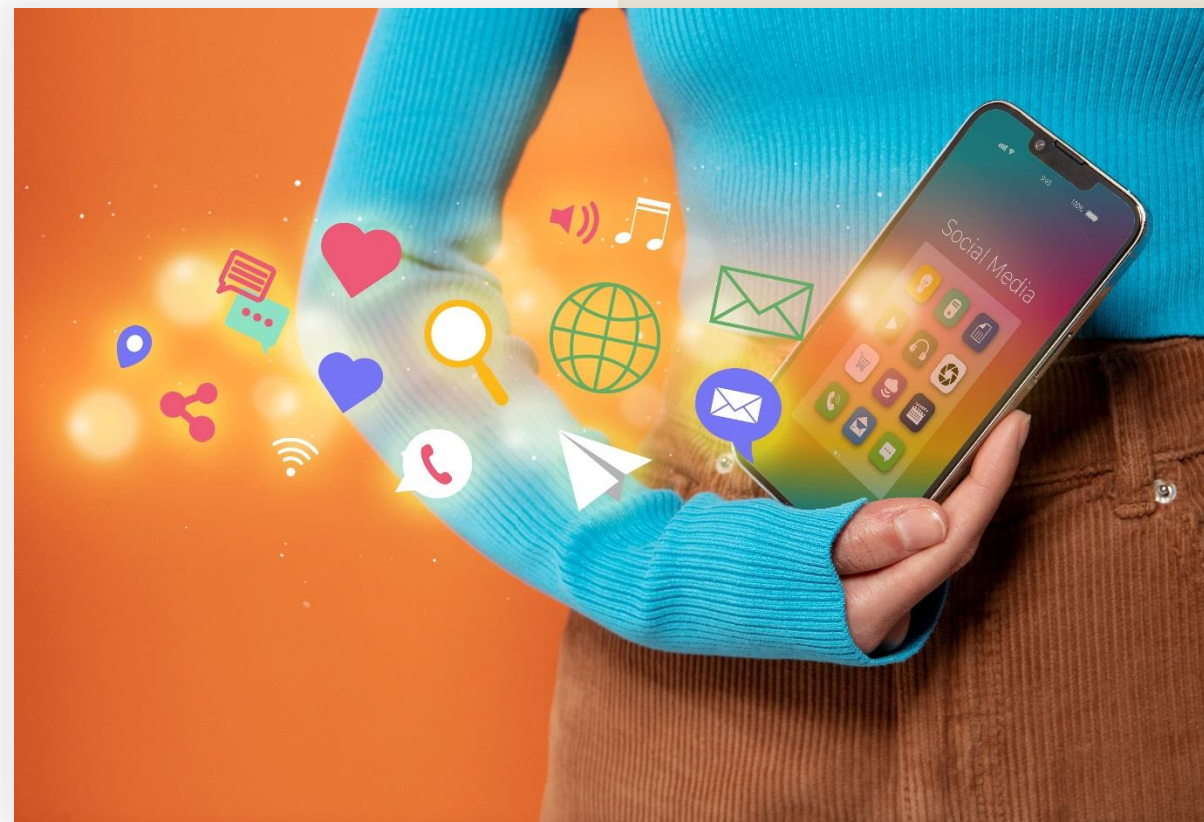
Блог на сайте



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

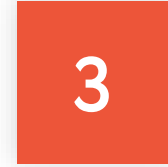


Горячая линия Мираторг
3 899 просмотров

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

Стикерс
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

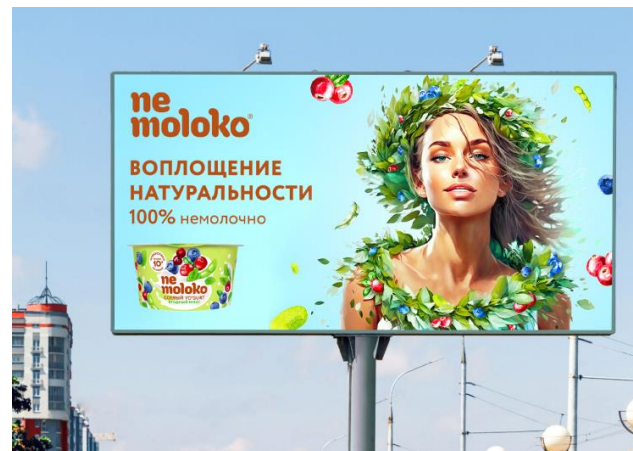
Пример РК для йогуртов Nemoloko

Nemoloko — бренд, известный своими растительными продуктами. В данный момент компания активно продвигает йогурты на овсяной и соевой основе.

ЦА: люди, не употребляющие молочную продукцию, ведущие активный здоровый образ жизни.

В период выхода продукта на рынок были запущены:

- Контекстная реклама в интернете
- Баннеры, расположенные в местах высокого трафика
- Размещение рекламы на ТВ
- Таргетированная реклама в социальных сетях

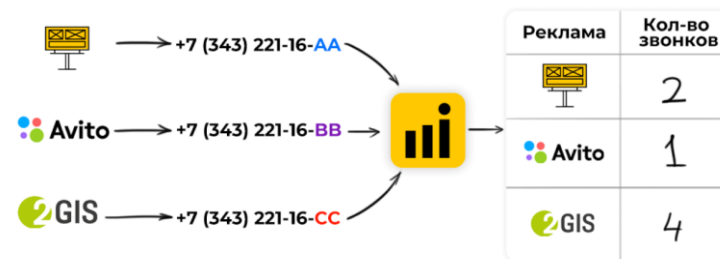


Шаг 9. Аналитика результатов РК

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

9 первых шагов в маркетинге с Центром «Мой бизнес»



- 1 Консультация маркетолога для понимания, что происходит вообще
- 2 Аудит внутреннего маркетинга, убираем скелеты из шкафа
- 3 Разработка маркетинговой стратегии, задаем вектор движения
- 4 Разработка фирменного стиля, упаковки, что бы выделяться а не просто лежать на полке
- 5 Оформляем социальные сети, что бы выделяться круче Бузовой
- 6 Создаем сайт, что бы не отставать от времени
- 7 Запускаем РК, которая продаст все производится
- 8 Софинансируем эту РК, что бы финансы не пели романсы
- 9 Маркетинговое сопровождение полного цикла и **любовь** ❤️

Спасибо за внимание!

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

+7 (3952) 202-102, доб. 125

Центр кластерного развития, Региональный маркетинговых центр