

Как выделиться среди конкурентов

Что будет?

- Анализ конкурентов
- УТП и ориентиры его создания
- Потребительская ценность
- Основы использования социальных сетей в бизнесе
- Вирусное продвижение в соц сетях

Спикер Юлия Измайлова



- Интернет предприниматель
- Эксперт по монетизации знаний через интернет
- Тренер по созданию и развитию Личного Бренда в сети
- Автор тренинга «Как увеличить доходы в 2 раза при помощи скайп-консультаций»
- Автор курса «Создание, настройка и оптимизация канала YouTube»
- Автор коучинговой программы «Создай свой бизнес в интернете за 8 недель»
- Videоблогер

Позиционирование

Позиционирование

Это отличие вашего
товара/услуги от
товара/услуги конкурента

Позиционирование

Это отличие вашего
товара/услуги от
товара/услуги конкурента

Это, то каким образом
потребитель воспринимает
ваш товар или услугу в
конкретной КАТЕГОРИИ

Бренд = категория

- **Позиционирование – это отличие вашего бренда от конкурента в рамках какой-то категории**
- **Это не то как вы воспринимаете свой бренд, а то как его воспринимают ваши покупатели**
- **Главная задача бренда – занять «первое место» в конкретной категории в сознании потребителя**

Анализ конкурентов

Составить таблицу – ТОП 10

- Выписать все их интернет ресурсы
- Как они ведут свои интернет ресурсы
- Какие продают товары/услуги
- Уровень цен
- Ценности компании
- Что нравится и не нравится
- Фишки
- Мои товары или услуги, которые оценит их аудитория

УТП

Уникальное торговое предложение должно отвечать следующим условиям:

- Реклама должна содержать **конкретное предложение** для покупателя: купить конкретный товар и получить конкретную выгоду;
- Предложение должно быть **уникальным**, таким, которое конкурент не может сделать либо же не делает, хотя и может;
- Предложение должно быть **достаточно сильным**, чтобы вовлечь новых потребителей в покупку товара.

УТП

ЭТО СЛОГАН, в котором звучит **конкретное предложение** о покупке товара и **о выгодах**, которые получит покупатель, отличающее вашу деятельность или ваши товары от конкурентов и **способствует приобретению** товаров/услуг именно у вас.

УТП – стратегия рекламирования

УТП могут быть **истинными** — подчёркивающими реальные отличия товара от продукции конкурента — и **ложными**, не основанными на реальной уникальности товара.

Как составить УТП

- Описать свою целевую аудиторию
- Описать проблему клиента, которую вы решаете
- Описать 3-5 самых значимых особенностей ваших товаров/услуг или вашей деятельности
- Дайте обещание клиенту
- Скооперировать все 4 вышеперечисленных пункта
- Составьте одно предложение, содержащее вашу главную мысль

Ориентиры создания УТП

1. Четкое нишевание

Создание продающих сайтов-визиток

Рок караоке-бар

2. Уникальный товар

Магазин товаров, в 1 экземпляре

Курс «Как историю личной жизни превратить в бестселлер»

3. Уникальный дополнительный сервис

При покупке абонемента на год – 5 посещений бассейна в подарок

При покупке курса сегодня – ужин со спикером

Ориентиры создания УТП

4. Конкретная группа клиентов

Женская школа вождения

Курс «Администратор инстаграмма»

5. Уникальный отличительный признак

Трезвые и вежливые грузчики

Массаж руками настоящего тайца

6. Признак лидера

Более 7000 аксессуаров для авто

Парикмахерская №1

Ориентиры создания УТП

7. Высокий результат

87% наших студентов находят работу в течение 3-х месяцев

Технология продающего вебинара с конверсией 50%

Какую потребительскую
ценность вы предлагаете?

Потребительская ценность

Какие выгоды и результат
получит ваш клиент,
приобретая продукт/услугу?

Потребительская ценность

Эта выгода должна быть
значительной, чтобы
заставить потребителя
обратиться к данной
продукции

1. Хорошая цена

Хорошая цена

Низкая цена может быть только у кого-то одного, а всем остальным данный вид потребительской ценности не создать.

2. Превосходство по какому-либо важному атрибуту товара или услуги

Превосходство по какому-либо
важному атрибуту товара или
услуги

Смотрим на свои товары и услуги и
выделяем то, что важно для клиента.

А что делать, если нет никакого
«атрибута»?

- а) «Атрибут» есть, но вы его не видите
- б) Вам надо включить фантазию и придумать его

Цена и ценность

Пример: Школа английского языка

Цена курса: 30 тыс рублей

Что входит: 30 уроков с преподавателем

Что на выходе: Вы можете понимать
англоговорящих людей и вести с ними
диалог

Цена и ценность

Пример: Школа английского языка

Цена курса: 30 тыс рублей

Что входит: 30 уроков с преподавателем, приз лучшему ученику потока, 3 дополнительных мастер-класса внутри обучения, мини группы, помогающие добиться нужного результата, ежедневная поддержка куратора группы, просмотр и обсуждение фильмов на английском языке, прямое общение с носителем языка по скайпу, дополнительный урок «Как познакомиться с иностранцем в России и уехать за границу», доп урок «Поем на английском», скидки на поездку в Англию в течение полугода после обучения!

Что на выходе: Вы полноценно общаетесь на английском, планируете создать доп источник дохода и сменить место жительства/путешествовать

3. Лучшее качество продукта/услуги в целом

Лучшее качество продукта/услуги в целом

Как клиент узнает, что у вас самый
качественный товар на рынке?

Лучшее качество продукта/услуги в целом

«Дать попробовать»

- Распродажа
- День открытых дверей
- Бесплатная консультация

4. Широта товарного ассортимента

Широта товарного ассортимента

заключается в экономии времени клиента
и снижении рисков, что клиент уйдет без
покупки

5.Использовать социальные сети

- Грамотное оформление
- Правильный контент
- Вирусное продвижение

Грамотное оформление

- Аватар, качественное фото
- Правильно заполненный профиль
- Удобная навигация

пример

Юлия Измайлова

Online



Редактировать страницу

Фотографии со мной

2 

Юлия Измайлова

Заработай на моих знаниях? Стань моим партнером >>>
<http://vk.cc/5suqE0>

День рождения: 24 июля
Семейное положение: не замужем
Место работы: Создай СВОЙ БИЗНЕС в интернете
Языки: Русский

[Скрыть подробную информацию](#)

Контактная информация

[Редактировать](#)

Город: Краснодар
Instagram: yuliya_izm
Twitter: izmailovaj84
Facebook: Yulia Izmaylova
Веб-сайт: <http://yuliyaizmaylova.ru/web/>
Дом: Краснодар

пример

Юлия Измайлова

Юлия Главная 20+

33

Страница Сообщения Уведомления 7 Статистика Инструменты для публикации Настройки Помощь

Помогаю создавать и развивать ваш бизнес в интернете

Регистрируйтесь на бесплатную скайп консультацию

Юлия Измайлова
@viberisvoujzn

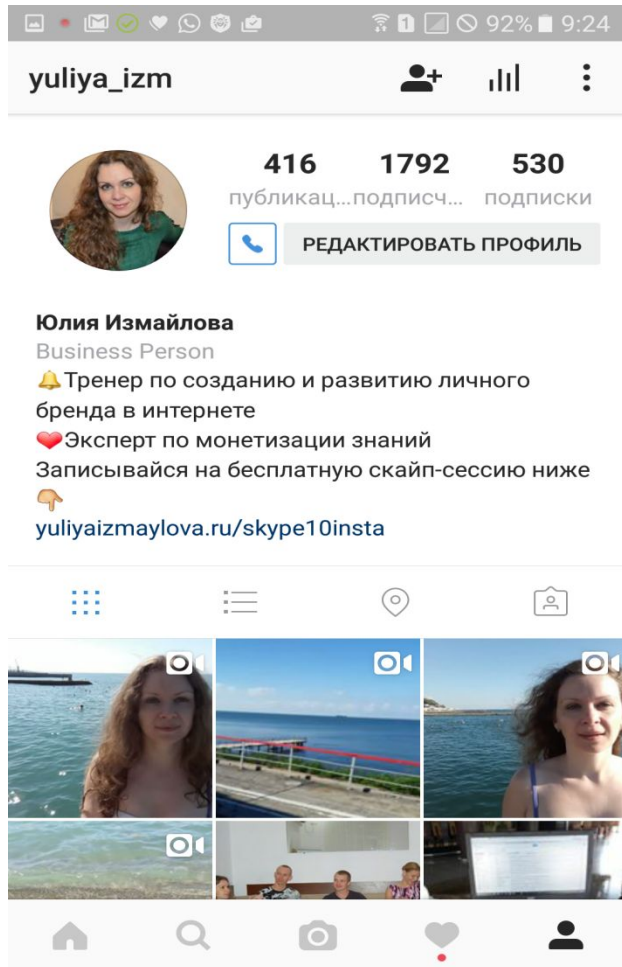
Главная

Информация

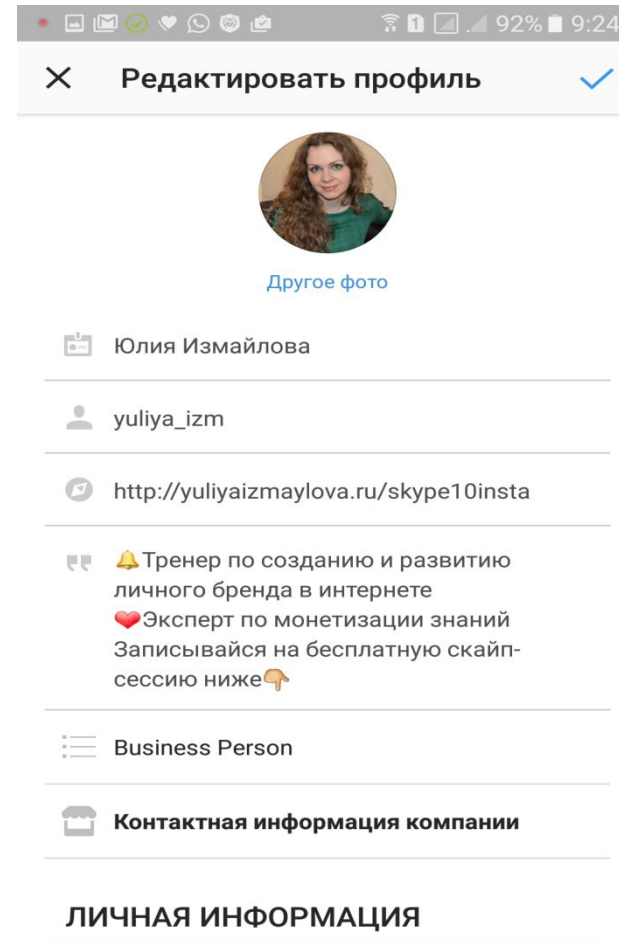
Нравится Сообщение Еще

Регистрация

пример



Mobile app interface showing the profile of **yuliya_izm**. The profile includes a circular profile picture, statistics (416 publications, 1792 followers, 530 subscribers), and a "РЕДАКТИРОВАТЬ ПРОФИЛЬ" button. The bio identifies her as **Юлия Измайлова**, a Business Person, and describes her as a brand trainer and monetization expert. It includes a call to action to join a free Skype session and a link: yuliyaizmaylova.ru/skype10insta. Below the bio is a grid of six photos, and the bottom navigation bar is visible.



Mobile app interface showing the "Редактировать профиль" (Edit Profile) screen for **yuliya_izm**. The screen displays the profile picture with a "Другое фото" (Other photo) option. Below the photo are fields for the name (Юлия Измайлова), username (yuliya_izm), and website (<http://yuliyaizmaylova.ru/skype10insta>). A bio section contains the same text as the main profile. The "Business Person" category is selected. At the bottom, there is a section for "Контактная информация компании" and a "ЛИЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ" (Personal Information) section.

пример

Интернет-магазин женской одежды

Все вещи в наличии!



📄 Страница ▼ Меню ▼ [Просмотреть](#)

8 секунд назад

Мне нравится ❤️

Обсуждения

[ред](#)

1 тема

[Добавить обсуждение](#)

Объявление

1 сообщение. Последнее от Интернет-магазин женск., 29 апр в 19:50 →

Стильные вещи

Интернет-магазин модной одежды



Новосибирск

Правильный контент

Такой контент, который будет «цеплять вашу аудиторию»

Чем руководствуются люди, когда принимают решение о покупке?

Правильный контент

Опросы

Посты по ключевым запросам

Отзывы

Кейсы

Хештеги

Вирусное продвижение

- Проводить конкурсы
- Эмоциональные посты с призывом
- Выкладывать живой контент
- Инфографика
- Видеоуроки/видеоинструкции
- Посты со списками
- Тематические исследования (факты)

6. Рекомендации и престиж

Рекомендации — это мощнейший
двигатель торговли

Рекомендации и престиж

Известность бренда - разновидность
рекомендации

7. Инновационные предложения

У вас есть внедренные новшества? То, что вы уже делаете для своих клиентов, а остальные еще нет?

Благодарю за внимание!