

# 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

@viberisvoujzn

Главная

Информация

Помогаю создавать и развивать ваш бизнес в интернете

Регистрируйтесь на бесплатную скайп консультацию

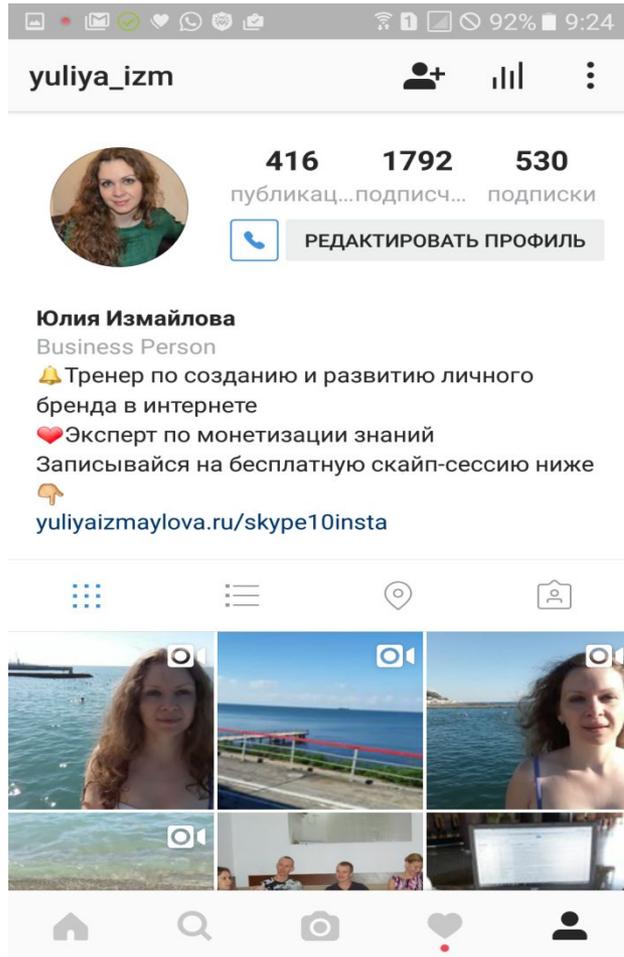
Нравится

Сообщение

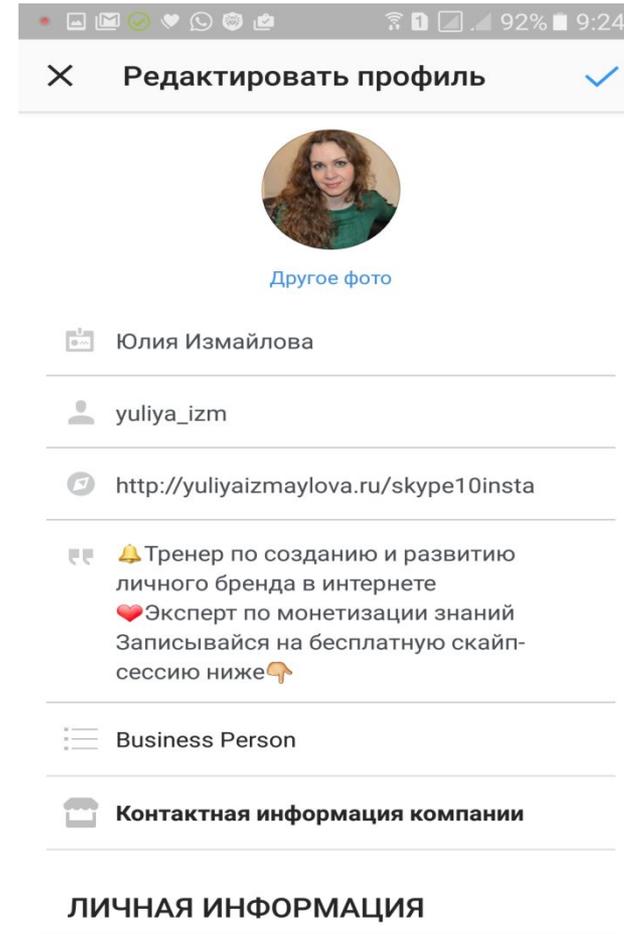
Еще

Регистрация

# пример



Mobile app interface showing the profile of **yuliya\_izm**. The profile includes a circular profile picture, statistics (416 publications, 1792 followers, 530 subscriptions), 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](http://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 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 header for "ЛИЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ".

# 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!**