



- Анализ аккаунтов конкурентов

# Коника Минолта

Аккаунт:Konika\_minolta\_12

Количество подписчиков:585

Фотограф:Неизвестный. Студийный

Прямой/непрямой конкурент: Прямой. Самый большой конкурент

ЦА: «традиционные родители» г. Йошкар-Олы, «я в школе фотографился в Конике, и мои дети будут». Коника никуда не денется». Гарантия хоть какого-то результата.

Конкурентное преимущество: Низкая цена. Лояльность нетребовательных клиентов

Почему выбирают их? Единственное на слуху.

Основное отличие: использование ярких бесвкусных коллажей

Какие инструменты используют: Их преимущество -25 лет на рынке. Рекламы не дают. "Были всегда"

Качество аудитории: Их аудитория - не ИГ клиенты. ИГ- не основной источник трафика.

Качество сервиса: Низкое. Со всеми макетами работает 1 родитель-организатор. Итоговой альбом родители видят только на выпускном. Правки вносить нельзя

Идеи для заимствования: Не продвигаются.

Общий вывод: Сильные конкуренты только засчет того, что дольше всех на рынке. Дизайны, технологии не обновляются. Не клиентоориентированы.

# Сергей Малыгин

- Аккаунт: yoknigi
- Количество подписчиков: 1000
- Фотограф: Сергей Малыгин
- Прямой/непрямой конкурент: Прямой.
- ЦА: клиенты Сергей Гвоздя, кто у него уже фотографировался (эффект стаи),
- Конкурентное преимущество: Цена ниже. Работа напрямую со школами ( )
- Почему выбирают их? Договоренности со директорами школ. Родителям не дают возможности отказаться, не пуская других фотографов
- Основное отличие: использование ярких безвкусных коллажей
- Какие инструменты используют: Инстаграм развит слабо. Работа напрямую с директорами.
- Качество аудитории: аудитория неактивная, комментариев нет, лайков до 15 на пост
- Качество сервиса: Отрицательные отзывы родителей. Работы по согласованию нет. На сообщение в Директ ответил отпиской, достаточно быстро.
- Идеи для заимствования: Ходить самой по школам? :)
- Общий вывод: Берет более активной позицией. Качество продукции и сервиса низкое.

# Латышев Артем

- Аккаунт: art\_album\_kzn
- Количество подписчиков: 325
- Фотограф: Латышев Артем
- Прямой/непрямой конкурент: Прямой. Работают на Йошкар-Олу тоже.
- ЦА: Родители, которым не так важно, как выглядит альбом. Предложили-согласились
- Конкурентное преимущество: Среднее и хорошее качество фото. Профессиональный свет. Большой выбор дизайна оформления. Есть лаконичные
- Почему выбирают их? Основное отличие: Отличающиеся от обычных дизайны
- Какие инструменты используют: Информация в ВК и Инстаграм. Краткая.
- Качество аудитории: аудитория неактивная, комментариев нет, лайков до 10 на пост
- Качество сервиса: быстрая реакция на сообщение
- Идеи для заимствования: Организатору съемки - альбом в подарок
- Общий вывод: Ребята находятся в соседнем городе, но работают с нашим тоже. Стиль лучше, чем у других в городе, но не в моем вкусе. В целом, приятное впечатление. Ответили вежливо.

# Сергей Гвоздь

- Аккаунт: gvosdfoto
- Количество подписчиков: 5289
- Фотограф: Сергей Гвоздь
- Прямой/непрямой конкурент: Прямой.
- ЦА: клиенты Сергей Гвоздя, кто у него уже фотографировался (эффект стаи),
- Конкурентное преимущество: Среднее и хорошее качество фото. Работа на поток. Хорошо известен в городе как фотограф. Лояльность
- Почему выбирают их? Выбирают не по предложенным книгам, а потому, что знают давно фотографа
- Основное отличие: гламурный стиль фото. Быстрые фотосессии. На поток. Выбор оформления небольшой
- Какие инструменты используют: Информация в ВК и Инстаграм. Краткая. Возможно, таргет.
- Качество аудитории: Лайков много. Комментариев нет. Чаще всего пост без текста. Только фото. Поэтому и комментариев нет.
- Качество сервиса: Сервис средний. Согласование возможно, за дополнительную плату. На сообщение в директ послал смотреть сторис.
- Идеи для заимствования: Большой альбом неиндивидуальный (много страниц, средняя цена, нет индивидуальности)
- Общий вывод: По ощущению, эта область не входит в приоритетные. Альбомы делает, если есть заказы. Не вкладываясь особо.

# Студия My Way

- Аккаунт: mywaygraduate
- Количество подписчиков: 3747
- Фотограф: в Йошкар-оле через фотографа Татьяна Хлебникова
- Прямой/непрямой конкурент: Прямой.
- Конкурентное преимущество: Стильные яркие дизайны, профессиональный свет , фотограф-профессионал, лояльные клиенты фотографа
- Почему выбирают их? Возможно, выбирают сами ученики за современные молодежные стили оформления.
- Основное отличие: Более высокий ценовой сегмент. Их слоган:Любой альбом по одной цене. Собственное производство. Представлены (как заявляют) во всех регионах страны.
- Какие инструменты используют: Продвигаются в ИГ. Стабильный постинг. Тиктообразный контент. Возможно, таргет.
- Качество аудитории: Активная, молодая. Много активностей в аккаунте
- Качество сервиса: Ответили быстро. Предложили списать в вотсап.
- Идеи для заимствования: Ориентация на молодежь. Тиктообразные видео. Много идей  
Общий вывод: По ощущению, эта область не входит в приоритетные. Альбомы делает, если есть заказы. Не вкладываясь особо.

# Студия Smart Vision

- Аккаунт: smartvsn и kids\_album
- Количество подписчиков: 95 и 219
- Фотограф: Елена Погарская
- Прямой/непрямой конкурент: Прямой.
- ЦА: Традиционные родители, не знают, где искать. Берем, что предложили. Сфотографировали и ладно. Главное недорого.
- Конкурентное преимущество: Низкая цена. Ходит по школам, предлагая услуги.
- Почему выбирают их? Как альтернативу Коника Минолте. Дешево и сердито. Основное отличие: использование ярких безвкусных коллажей
- Какие инструменты используют: Инстаграм для краткой информации
- Качество аудитории: Аудитория неактивная
- Качество сервиса: на сообщение в Директ пока не ответили.
- Общий вывод: Конкурируют ценой. Качество среднее и низкое. Негативные отзывы.



# Анна Григорьева

- Аккаунт: [anna.grigorieva.albums](#)
- Количество подписчиков: 754
- Фотограф: Анна Григорьева
- Прямой/непрямой конкурент: непрямой (соседний регион). Но близкий. Возможно сотрудничает с Йошкар-Олой
- ЦА:
- Конкурентное преимущество: Схожий стиль оформления. Минимализм. Лаконичность. Качество. Печатается там же, где и я
- Почему выбирают их? Стильно. Современно Доступно по цене.
- Основное отличие: Минимализм
- Какие инструменты используют: Инстаграм оформлен красиво. Современно. Воздушно
- Качество аудитории: Аудитория не очень активная. Лайки есть, комментариев нет
- Качество сервиса:
- Общий вывод: Идея для оформления- квадратный формат. Два ученика на странице с подписью. Нравится дизайн и стиль оформления ленты.

# Антон Шнайдер

- Аккаунт: album\_school161
- Количество подписчиков: 11700
- Фотограф: Антон Шнайдер
- Прямой/непрямой конкурент: непрямой (соседний регион).
- Конкурентное преимущество: хорошая упаковка товара. Брендинг. Раскрутка. Участие в дискуссиях. Наполненный профиль (Отзывы, истории по категориям) Классические школьные альбомы с толстым дядей-фотографом. Дизайны хорошие, но не в моем вкусе. Фото с сильной ретушью.
- Почему выбирают их? Выглядит дорого. Достойно.
- Основное отличие: Более высокий ценовой сегмент. Своя студия. Фото в низком ключе. Раскрученность
- Какие инструменты используют: Инстаграм, таргет (таргетировались на меня в том числе), создание активностей, опросов, участие в конференциях
- Качество аудитории: Инстаграм, таргет (таргетировались на меня в том числе), создание активностей, опросов, участие в конференциях
- Качество сервиса:
- Общий вывод:

# Андрей Уваров

- Аккаунт: mrbkme
- Количество подписчиков: 2180
- Фотограф: Андрей Уваров
- Прямой/непрямой конкурент: непрямой (другой регион).
- Конкурентное преимущество: Проработанные видео. Хорошо презентуют. Качественные фото
- Почему выбирают их? Выглядит дорого. Достоинно.
- Основное отличие: Активные. Молодые. Позитивные. Своя студия.
- Какие инструменты используют: Инстаграм, сотрудничество с Типографией. Гостевые посты. Взаимопиар.
- Качество аудитории: активное
- Качество сервиса:
- Общий вывод: Видео презентация. Подробно презентует каждый вид альбома. Каждую цену объясняет. Общее фото вместо "винегрета"

# Эвелина Прохорова

- Аккаунт: **evelina\_photo.ru**
- Количество подписчиков:
- Фотограф: Эвелина Прохорова
- Прямой/непрямой конкурент: непрямой (другой регион).
- ЦА:
- Конкурентное преимущество: Проработанные видео. Хорошо презентуют. Качественные фото
- Почему выбирают их? Выглядит дорого. Достойно.
- Основное отличие: Активные. Молодые. Позитивные. Своя студия.
- Какие инструменты используют: Инстаграм, сотрудничество с Типографией. Гостевые посты. Взаимопиар.
- Качество аудитории: активное
- Качество сервиса:
- Общий вывод: Видео презентация. Подробно презентует каждый вид альбома. Каждую цену объясняет. Общее фото вместо "винегрета"

# Екатерина Шуляк

- Аккаунт: shulyakfoto
- Количество подписчиков: 2507
- Фотограф: Эвелина Прохорова
- Прямой/непрямой конкурент: непрямой (другой регион).
- Конкурентное преимущество: Современные дизайны, смелые решения с локациями для съемок. Яркая, активная.
- Почему выбирают их?
- Основное отличие: Более высокий ценовой сегмент. Смелость. Опыт. Есть, чему поучиться
- Какие инструменты используют: Хорошо раскрученный ИГ, каждый день сторис о жизни школьного фотографа, с юмором, легко. Участие в форумах, вебинарах, в том числе создание своего курса по школьной фотографии. Сотрудничество с типографиями.
- Качество аудитории: активное. Много лайков и комментариев. Живая аудитория.
- Качество сервиса:
- Общий вывод: Самый известный школьный фотограф в России. Интересные решения. Смелые. Активно ведет ИГ. Сторис. Кейсы. Разные варианты дизайна.

# Общий вывод по конкурентам

- В нашем провинциальном городе альбомы часто выбирают из тех, что предлагает им школа. Иногда школа настаивает на том, что у нее свой фотограф и не пускает никого «с улицы». Даже если класс хочет своего фотографа. Коронавирус подпортил ситуацию. Этот канал я совершенно не использую.
- В инстаграме школьные фотографы из г Йошкар-олы представлены слабо. Чаще - это информационные странички с основной информацией о цене. Либо школьными альбомами занимаются раскрученные фотографы как доп услугой. Такие не особо церемонятся с сервисом. За клиента не борются. Спасает лояльность к имени фотографа.

# Портрет моей ЦА

- ЦА1

# ЦА1

- Молодая активная мама детей выпускной группы или выпускного класса, которая хочет красивый альбом ребенку на память о школе или детском саде.
- Образование высшее
- Достаток средний и выше среднего
- Готова платить больше, если видит качественный продукт
- Она принимает активное участие в жизни школы/дет сада
- Инициативна
- Критична к промахам фотографов. Понимает, когда фото плохого качества
- Помогает принимать решения другим родителям
- Ценит сервис
- Любит лаконичный неброский дизайн
- Одевается просто, но со вкусом
- Может занимать руководящую должность
- Для нее важно, чтобы ее ребенок был в фокусе внимания, когда открываешь альбом
- Ее раздражают аляповатые яркие дизайны со множеством украшений
- Не любит дешевые коллажи
- Предпочитает воздерживаться от покупки чем платить за товар сомнительного качества
- Не боится высказывать свое мнение. Если ей что-то не нравится, она об этом скажет
- Предлагает свои идеи
- Готова отстаивать свои интересы во взаимодействии с управлением школы
- Хочет сама выбирать фото для альбома
- Не любит покупать «кота в мешке»
- Участвует в обсуждении выбора альбома



# ЦА2

- Ребенок 16-18 лет выпускного класса
- Активный
- Инициативный
- Следит за трендами
- Сидит в соц сетях
- Комментирует посты, принимает участие в опросах и обсуждениях
- Не боится высказывать свое мнение
- С родителями в хороших отношениях.
- Может быть и в контре с родителями, предлагая свои варианты. Может действовать, влияя на родительский комитет через других учеников
- Принимает участие в решениях, касающихся школы

# Мое УТП

- Основное УТП
- Стильный лаконичный качественный альбом о вашем ребенке
- Современный дизайн
- Профессиональный фотограф
- Средняя цена . Разные ценовые категории альбомов.
- Возможность заказать разные альбомы (доступная цена даже для несговорчивых родителей)
- Фотограф, проработавший в образовании более 8 лет
- Психолог от рождения
- На фото ребенок нравится себе и родителям
- В альбоме много (или все) фотографий с ребенком
- Индивидуальный дизайн ( в альбоме индивидуальная обложка, с персональным обращением от воспитателя,

# УТП бренда

- Кто я?
- В фотографии с 2013 года.
- Работала над созданием первой книги о сотрудниках iSpring.

- Родители, заказавшие выпускные альбомы у меня, могут вздохнуть спокойно. Я найду общий язык и с учителями/воспитателями, и с детьми.
- Работаю напрямую с родителями в специально созданном пространстве (отдельная группа в вк), где можно высказать пожелания, попросить заменить фото. Родитель организатор не будет передаточным звеном. У него не будет чувства вины ни перед родителями (ах, не того фотографа выбрали), не перед фотографом (ах, какие же у нас ужасные родители)
- Выпускной альбом, за который не стыдно ни перед учителями, ни перед родителями.

# Маркетинг нагнетания

- Займитесь приятными хлопотами по подготовке к выпускному. Улаживать конфликты с родителями вам не придется.
- Обсуждение будет проходить в удобном пространстве без вашего участия.

# УТП продукта

- Качественная печать с ламинированными страницами, которые не боятся света и влаги. Эти альбомы станут хорошей памятью вашим детям.
- Новизна дизайна на нашего города
- Современный дизайн альбома, которым хочется похвастаться
- Фотосессия не на поток «Улыбнулся! Следующий»  
Разные позы и ракурсы, чтобы выбрать тот единственный идеальный
- Фотография в альбоме выбирается родителями и детьми

# Дополнительное УТП продукта

- В дет саде сына я была председателем родительского комитета. Знаю боль своей ца
- Я в прошлом тоже преподавала, поэтому знаю эту «кухню» изнутри, знаю боль учителей. Мне легко найти с ними общий язык.
- Фото в подарок учителям, пришедшим на фотосессию. Распечатанное фото в конверте.

# УТП через маркетинг состояния

- Продукт: Выпускной альбом
- Задача: к выпускному подготовить подарочную книгу о школе или дет саде.
- Проблема: Угодить всем родителям невозможно (разные вкусы, разные финансовые возможности, сложные родители-антагонисты)
- Состояние: родители рады, что у них красивый стильный альбом, в котором их ребенок им нравится, сложные родители урезонены, нервы не потрачены, спокойные учителя. Можно выдохнуть и наслаждаться выпускным вместе с детьми. Благодарность от других родителей.