

**Платформа – основа
бизнеса и вечный
ИСТОЧНИК КОЛИЕНТОВ!**

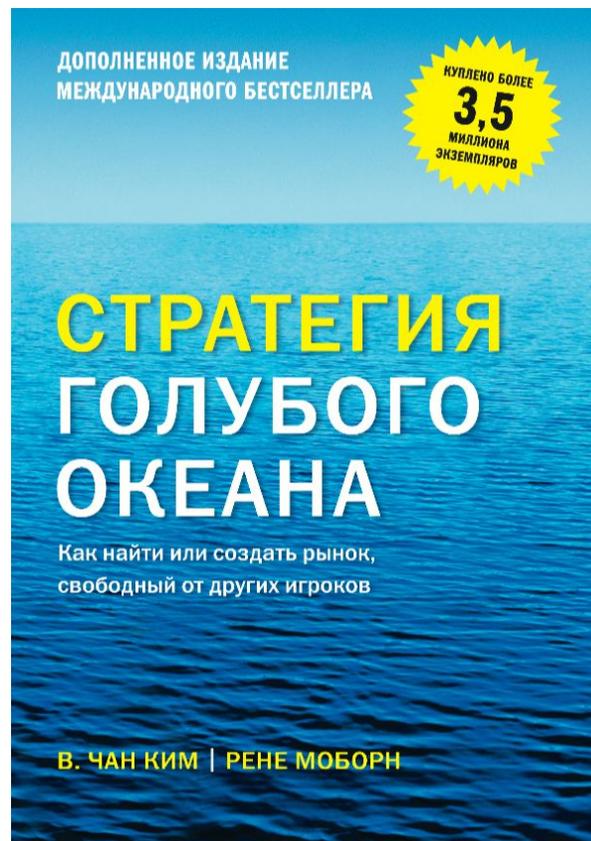
**Выбирая платформу, думаем не о рубле, а о
прибыли!**

Цель платформы – привлечь внимание клиентов

Главный секрет – голубой океан определяет платформу бизнеса!

Голубой океан – это

- Не люди, а их потребности, которые нам надо удовлетворить, решить их проблемы!
- Уход от конкурентов
- Создание бизнес-модели, о которой конкурент даже не догадывается
- То, почему конкуренты никогда не догонят!





Виды потребностей

1. Экономия (выгода)
 2. удобство
 3. безопасность (качество)
 4. престиж (недорогая иномарки)
- продавать** скидки глупо – нужно
продать **потребность!**

ГОЛУБОЙ ОКЕАН

**Меняем бизнес – модель:
стратегии «голубого океана»**

1. Изменение целевых потребительских групп или сегментов.
2. Изменение ценностного предложения клиентам.
3. Изменение каналов сбыта.
4. Изменение способов ценообразования и получения дохода.
5. Изменение взаимоотношений с клиентами.

Рисуем сегменты магазина шуб

Curves
The power to amaze yourself.

фитнес-центр, ориентированный
на «стеснительных»
и немолодых женщин.

ЦА: женщины в возрасте от 44 и старше. Они занимались дома и стеснялись ходить в фитнес-центры.

Боялись тренажеров. Стеснялись того, что будут плохо выглядеть по сравнению с «клубными» женщинами и мужчинами, не хотели сравнения. Использовали технологии-заменители – **видеокассеты с занятиями и комментариями.**



Curves
The power to amaze yourself.

фитнес-центр, ориентированный
на «стеснительных»
и немолодых женщин.

Нет зеркал, нет телевизоров, нет мужчин, нет модных брендовых тренажеров, нет бассейна.

Простые раздевалки, малые площади, не в центре, посещение в строго запланированные часы.



Изменение целевых потребительских групп



выходим за преде

Изменение целевых потребительских групп



выходим за пределы отрасли,

Этапы создания продукта:

- I.** Поиск группы людей с общей заинтересованностью, проблемы данной группы в рамках их интересов.
- II.** Определение показателей, которые задают решение проблемы и являются требованием к продукту.
- III.** Разработка стратегий выхода на рынок.
- IV.** Тестовые сделки и продажи, сбор обратной связи.
- V.** Доработка продукта и его максимальное приближение к требованиям клиентов или вашим показателям.
- VI.** Разработка полной бизнес-модели, исходя из продукта или продуктовой линейки.
- VII.** Анонс и вывод продукта на рынок.

Генерация клиентского потока.

Одной из ключевых точек касания клиента является сайт вашего продукта. От его внешнего вида, наполнения и функционирования зависит, заинтересуется ли клиент вашим продуктом и совершит ли покупку.

26 ПУНКТОВ НА ЗАМЕТКУ ПРИ СОЗДАНИИ САЙТА:

1. **ДОМЕН.**
Используйте такое доменное имя, которое люди смогут хорошо запомнить и грамотно подберите в зависимости от целевых установок .ru, .рф, .com, .net или что-то другое.
2. **ХОСТИНГ**
Стоит остановить выбор на надежном хостинге, учитывая также необходимую вместимость. Заранее смотрите на объем и «вес» вашего сайта.
3. **ТЕХНОЛОГИИ**
Возможные технологии: HTML5, CSS3, PHP, JQuery, Javascript и др.

5. ВЕРСТКА И ЦВЕТ

Цвет влияет на впечатление и восприятие вашего сайта. А четкая структура и верстка сайта всегда предпочтительнее небрежной расстановке смыслов.

6. КАРТА САЙТА

Проясните схему и карту сайта. Сделайте ее логичной и удобной.

7. КОНТЕНТ

Ваш сайт должен содержать качественный и информативный контент. Тщательно подбирайте ключевые слова, чтобы занять высокие позиции в поисковых системах.

8. АУДИТОРИЯ

Вы должны четко понимать, кто ваша аудитория. Тогда вы сможете создать для нее интересный и качественный контент.

9. РЕКЛАМА

Не размещайте слишком много рекламы на сайте. Это излишне. Избыток рекламы только оттолкнет потенциально-го клиента.

10. ВСПЛЫВАЮЩИЕ ОКНА И СООБЩЕНИЯ

Избегайте всплывающих сообщений! Это самый назойливый и раздражающий вид рекламы. Кроме того, они долго загружаются, иногда не закрываются.

11. ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

Хороший сайт прост в оформлении, но отличается качественным содержанием.

12. КНОПКИ

Делайте кнопки, привлекающие внимание и призывающие к действию: купить сейчас, скачать, заказать и т.п. Используйте яркие цвета – желтый, оранжевый, но при этом соблюдайте цветовую меру и гармонию.

13. ФОН

Есть несколько хороших вариантов, из которых можно выбрать: чистый и спокойный фон, цветной фон или узорчатый фон.

14. КАРТИНКИ

Особо тщательно отбирайте картинки, ведь они создают определенное впечатление о сайте у каждого посетителя. Так что картинки должны быть красивыми и запоминающимися.

15. ПРОСТАЯ НАВИГАЦИЯ

Пользователи должны легко и просто находить, что они ищут.

16. УНИКАЛЬНОСТЬ

Несмотря на количество сайтов по схожей тематике, старайтесь сделать свой сайт нестандартным, заметным, но со вкусом.

17. СВЕЖЕСТЬ

Своевременно обновляйте сайт, чтобы посетители на него возвращались.

18. ОПТИМИЗАЦИЯ

Хороший сайт должен удобно отображаться в поисковых системах. Это значит, что его необходимо легко найти в Интернете, набрав в поиске.

19. КРОСС БРАУЗЕРНОСТЬ

Грамотный сайт должен отображаться во всех типах современных браузеров: например: Safari, Mozilla Firefox, Google Chrome, Opera и т.п., в том числе на смартфонах и планшетах.

20. РАЗРЕШЕНИЕ ЭКРАНА

Раньше веб-дизайн строился, исходя из ширины 980 px. Сейчас все более популярным становится адаптивный веб-дизайн, так что сайт можно проектировать шириной до 1230 px.

21. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Интегрируйте в ваш сайт социальные сети для облегчения репостов контента и регистрации.

22. ШРИФТЫ

Выберите ваш тип оформления шрифтами. Очень важно, чтобы шрифт был разборчивым. В противном случае посетитель даже не станет читать дальше.

23. РЕГИСТРАЦИЯ

Если вашим посетителям необходима регистрация для взаимодействия с сайтом, предоставьте им некие бонусы, чтобы сам процесс их не отпугивал.

24. АНАЛИТИКА

Внедряйте аналитику. С помощью нее отслеживайте, как работает ваш сайт и как его оптимизировать.

25. ОБЕСПЕЧИТЬ БЕЗОПАСНОСТЬ

Посетители должны чувствовать себя в безопасности, оставляя личную информацию на вашем сайте. Особенно, если им нужно зарегистрировать контактные данные или сведения по кредитной карте.

Что такое платформа

Самое простое определение: Вы на 1/1000 Павел Дуров, то есть Вас читают в своих кругах и Вы можете мгновенно донести сообщение до 10 000 человек.

1. Это Ваше вечное и самое сильное преимущество
2. 90% Ваших конкурентов не знают про платформу
3. Из 1% оставшихся 99; делают это урывками, в корне неверно и в итоге «сдуваются»
4. Ключевое значение имеет системность и регулярность + немного креатива!

Плюсы платформы

Единожды создав, ее трудно отнять или потерять. Её можно только застудить или забросить

- Инвестировать в «Платформу» выгоднее, чем в недвижимость или в банки, так как отдача выше в разы.
- Ваши конкуренты скорее всего не смогут Вас повторить, так как им будет неочевидно, что же Вы делаете и главное **ДЛЯ ЧЕГО?**
- После определенного уровня - «Платформа» начинает расти самостоятельно.

ПЛЮСЫ платформы

- **РЕКЛАМНАЯ ИГЛА** – есть товар/услуга (даже голубой океан), Вы платите за рекламу, получаете продажи и так по кругу....
- **Платформа –выращивая платформу, перестаете платить за рекламу!**

ПОЯВЛЯЕТСЯ ПЛАТФОРМА, КАК АКТИВ!

ВИД Платформы зависит от вида бизнеса:

- B2B – бизнес для бизнеса**
- B2C – бизнес для конечного клиента**
- H2H – бизнес от человека к человеку**

Этот бизнес запустили социальные сети!

H2H - это

- Ориентир внимания именно на рекомендации личности, а не бренда**
- Люди покупают (особенно в России) не то, что в рекламе, а то, что рекомендуют лидеры мнений!**
- Доверие и отношение важнее прибыли здесь и сейчас!**

СИСТЕМА РАБОТАЕТ «В СВЯЗКЕ»

- **То есть у Вас должен быть сайт/блог/лендинг (НЕ СЕЙЧАС)**
- Но у Вас также должен быть аккаунт/группа в ВК.
- У Вас также должен быть Инстаграм (97 % ниш)
- Канал на Youtube, оформленный под Вашу нишу.
- Также в тренде канал Telegram - канал/боты/чаты.

Рабочие связки платформы

- Визуально красивый товар – **Instagram+Youtube**
- Широкая услуга - **Instagram+Youtube**
- Узкая услуга - **ВК +Youtube**
- Личный бренд - **Instagram+Youtube+Telegram**
- МММ (товар+услуга_ - **Instagram+Youtube+Telegram**

В чем разница

- **Instagram** – отношения + доверие , но срок жизни поста 48-72 часа, потом резкий спад
- **Youtube** – контент работает ВЕЧНО, набирая просмотры даже без Вашего участия
- **Telegram** – лучший канал для работы с уже «утепленной аудиторией»

1-ВК, 2-ФВ, 3-ТВ, 4-Ок

| | | | | |
|---|-----------|-----------|------------|-----------|
| Средний возраст | 17-35 лет | 25-45 лет | 18-44 года | 25-50 лет |
| Соотношение пола, м/ж | 47% / 53% | 47% / 53% | 48% / 52% | 44% / 56% |
| Работающие/ безработные, учащиеся | 68% / 32% | 73% / 27% | 65% / 35% | 71% / 29% |

1-ВК, 2-FB, 3-TW, 4-Ok

| | | | | |
|---------------------------|--|--|--|---|
| Идеальный формат контента | <ul style="list-style-type: none">· Привлекающие внимание фото, картинка или демотиватор;· Мотивирующий анонс (не более 300 знаков).· Основной текст поста (не более 2500 знаков). | <ul style="list-style-type: none">· Привлекающие внимание фото, картинка или демотиватор;· Мотивирующий анонс (не более 480 знаков);· Основной текст поста (не более 5000 знаков). | Короткий анонс для мотивации к переходу по ссылке на основной материал. | Яркие, привлекательные картинки, тесты, опросы, советы и рекомендации . |
| Рекламные возможности | <ul style="list-style-type: none">· Покупка постов со ссылкой на вашу компанию, товар, услугу или акцию в авторитетных и посещаемых сообществах вашей тематики;· Таргетированная реклама (баннеры, тизеры) в интерфейсе соц. сети, в приложениях или играх. | <ul style="list-style-type: none">· Продвижение среди таргетированной аудитории;· Таргетированная реклама за показы, клики или конечные действия пользователей (регистрацию или скачивание);· Возможность рекламы любого размещенного вами контента;· Детальная статистика. | <ul style="list-style-type: none">· Покупка рекламных твитов у лидеров мнений в популярных и раскрученных твиттер-аккаунтах вашей тематики;· Продвижение персонального хэштэга вашего бренда. | <ul style="list-style-type: none">· Таргетированная реклама в интерфейсе соц. сети (тизеры, баннеры);· Таргетированная реклама в играх и мобильных приложениях;· Покупка рекламных постов на личных страничках лидеров мнений и в популярных, посещаемых группах. |

INSTAGRAM

Средний возраст: 19–35 лет.

М / Ж: 32% / 68%.

Контент: фото и 15-секундные видеоролики.

Рекламные возможности:

- покупка размещения вашего контента (фотографии и видеоролики) в авторитетных и посещаемых аккаунтах вашей тематики;
- продвижение персонального хэштэга вашего бренда с помощью мотивирующих акций для пользователей (например, каждый 100-й владелец аккаунта, выложивший фото с #pizza, получит пиццу на выбор в подарок).

ИНСТАГРАММ

1. Покажите продукт лицом.

Просто выложите коллекцию продуктов, которые вы предлагаете, делитесь фотографиями нового или менее известного продукта и привлекайте внимание подписчиков, интересуясь их мнением и устраивая опросы.

2. Демонстрируйте процесс создания.

Позвольте подписчикам побывать «внутри» процесса создания вашего продукта, делая снэпшоты (моментальные снимки) различных его этапов. Если процесс создания слишком длительный, можете сделать пост из нескольких частей, иллюстрирующих весь процесс от планирования до производства и доставки.

ИНСТАРГАММ

3. Приглашайте «за кулисы».

Используйте моменты, которые доступны в реальной жизни лишь немногим. Инстаграм – это способ дать всем вашим подписчикам эксклюзивный пропуск «за сцену». Используйте это!

4. Покажите, на что способен ваш продукт.

Иногда наше воображение способно выйти за рамки стандартов. Используйте Инстаграм в создании спроса, помогая подписчикам представить новые или нестандартные возможности ваших товаров или услуг.

ИНСТАРГАММ

5. Похвастайтесь вашим офисом и сотрудниками.

Размещайте фотографии, которые представляют интересные мгновения дня жизни вашего офиса: рабочее пространство, корпоративный спортзал или игровое поле, процесс мозгового штурма, тренинговые встречи, сотрудники за обедом, сотрудники за игрой... Возможности здесь бесконечны.

6. Возьмите покупателей с собой.

Собираетесь на закрытое мероприятие или вечеринку? Используйте это как возможность взять с собой ваших подписчиков Инстаграма, куда бы вы не собирались.

7. Делитесь цитатами и вдохновением.

Люди ищут позитивные и мотивирующие мысли и фотографии. Старайтесь поделиться уникальными снимками и мыслями и избегать уже «заезженных» и общеизвестных фото и цитат.

ИНСТАГРАММ

8.Соревнования.

Используйте соревнования, чтобы собрать новых подписчиков и покупателей. Это отличный способ привлечь внимание клиентов к вашему бренду и распространить ваш контент и хэштэг среди их друзей!

КАК ПОНИМАТЬ ГДЕ СЕЙЧАС «ТРЕНД» ?



**Как играть собачий вальс
в гугле (обязательно
видео!)**

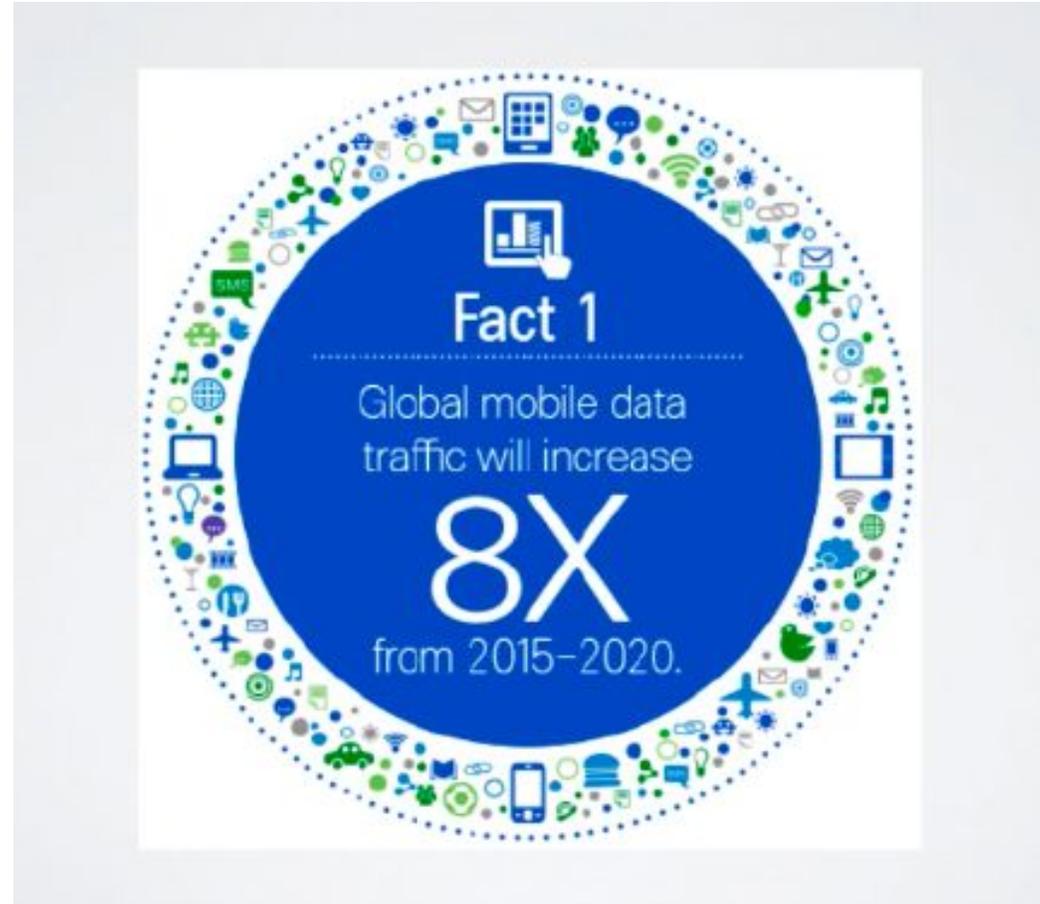
КАКИЕ ВЫВОДЫ?

- Пока еще Вы можете получать клиентов БЕЗ ДЕНЕГ, но затрачивая время и принося пользу.
- С каждым днем этот процесс будет становиться сложнее, но пока еще есть 2-3 года, так как пока не много умеют это делать.

Посмотрим примеры!

- Anna_cherepanina_finance
- Доктор Зуева

Настольный интернет умирает! – тренд, до 2020 нужно перейти на платформу на мобильных носителях!



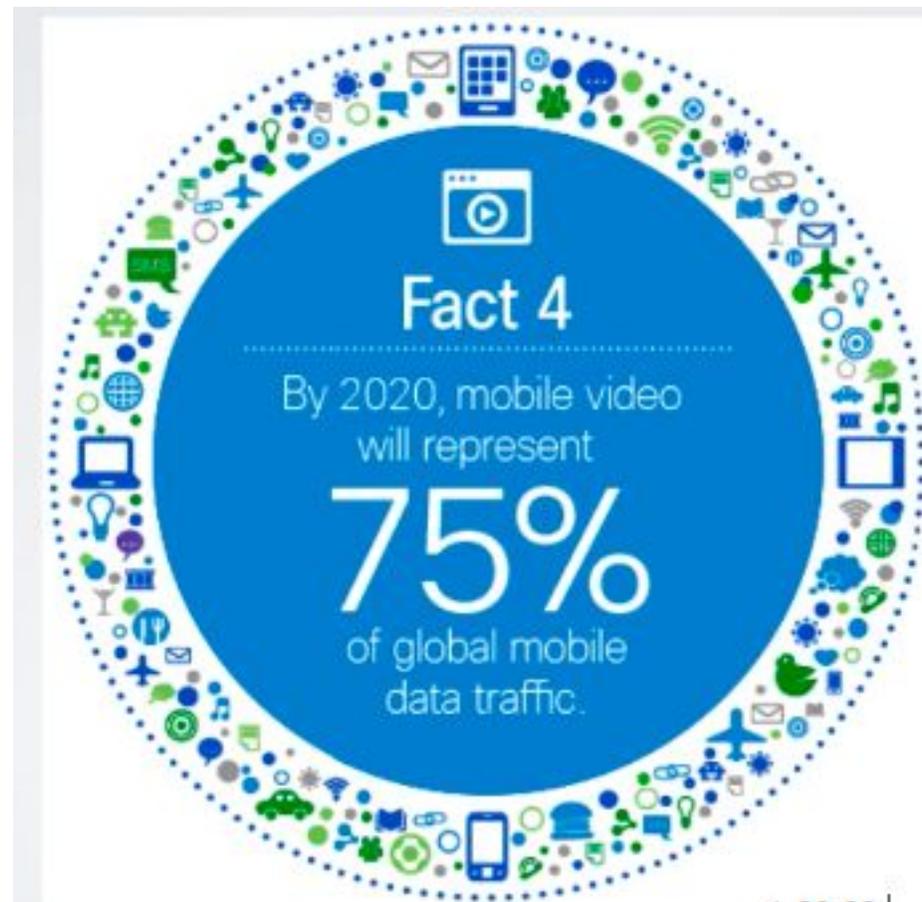
**Произойдет
увеличение
мобильного
трафика в 8 раз!**

Увеличивается производство
мобильных и планшетов, а ноутбуков
сокращается



**11,6 млрд
мобильных
устройств – больше,
чем пользователей!**

Планета будет плотно покрыта 3G и LTE

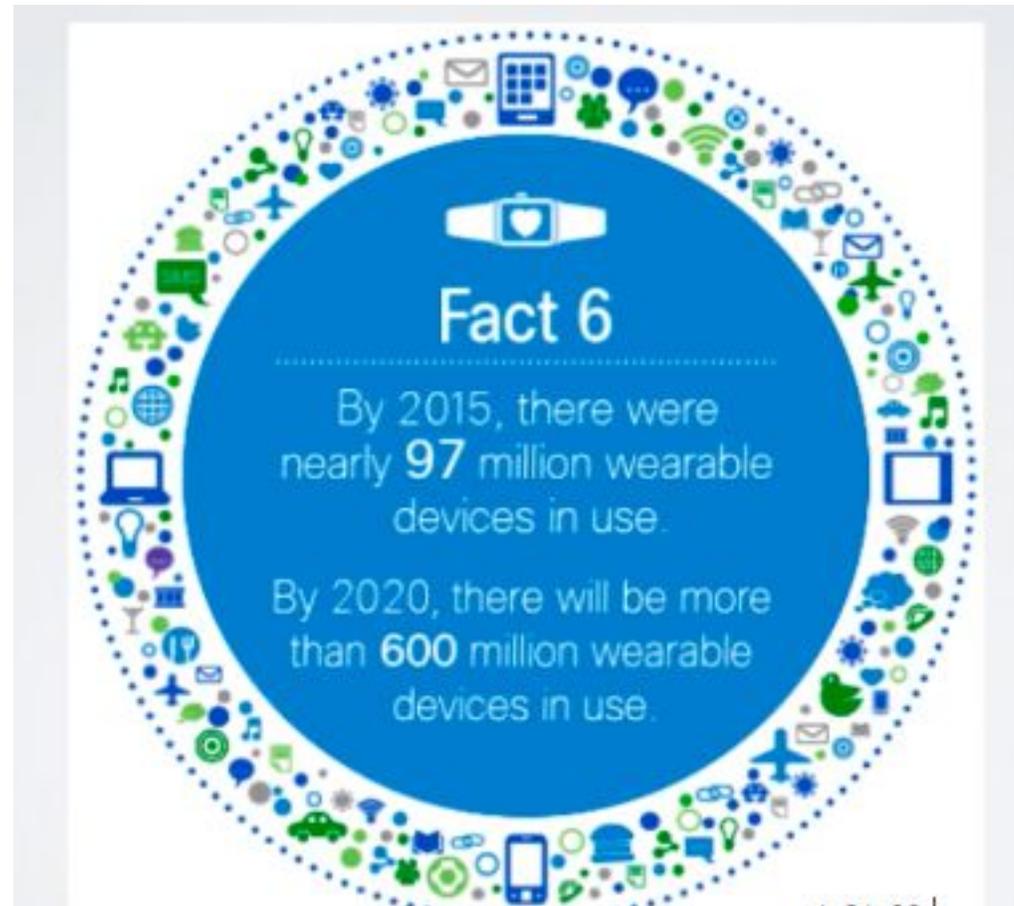


75% от всего трафика будет составлять мобильное видео – делаем упор на мобильный Youtube

92% мобильного трафика – смартфоны, ноутбуки и планшеты



В 2015г 97млн носимых устройств
(часы, браслеты...), в 2020 -600 млн



НАСТОЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ УМИРАЕТ...

- Ноутбуков выпускают в разы меньше чем смартфонов/планшетов уже с 2015 года.
- Мобильный интернет стал куда более доступным, чем стационарный интернет.
- Электронная почта используется все реже из-за ВК, Facebook, Viber, Telegram, What's Up....

Ориентируемся на мобильный
мир!!!
Сайт обязан иметь мобильную
версию!

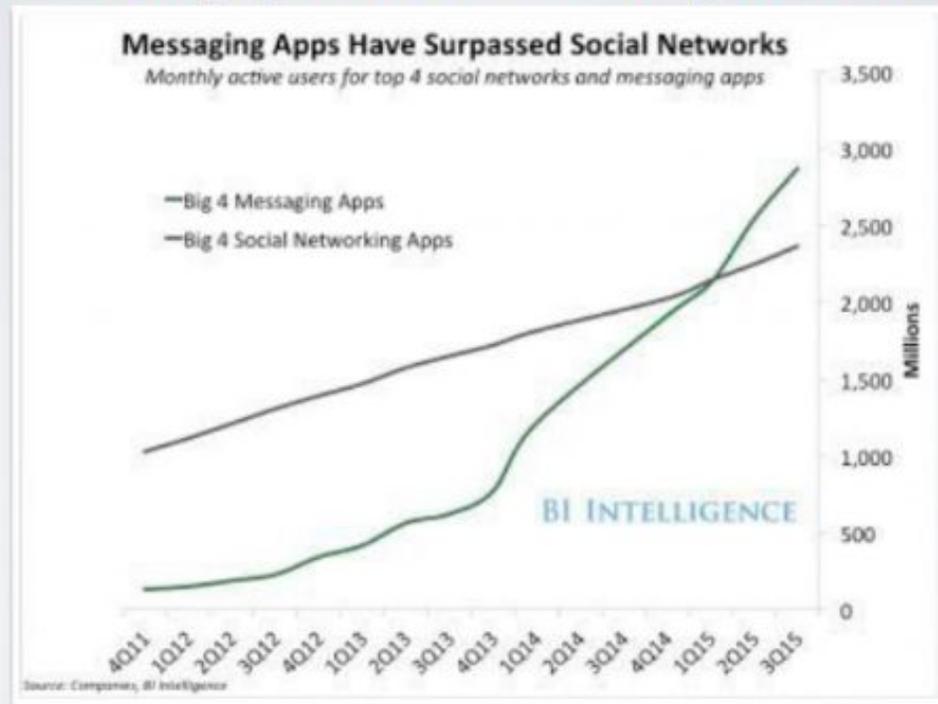
Необходимо обратить внимание на ботов (скорее всего они станут заменителями сайтов) Telegram и facebook

Время с гаджетами



Большая 4-ка мессенджеров уже победила соцсети

**В 2015 ГОДУ МЕССЕНДЖЕРЬ
ПОБЕДИЛИ СОЦ.СЕТИ.**



Одностраничный сайт, как лучший захват лидов



Смотрим наработки DNK.biz

**Эффективность этих
сайтов приближена к
100%**

Создание сайта

- Видео – свое или ютуб. Волшебные слова – slowmotion, time laps. В поиске используем английские названия (переводчик гугл/яндекс в помощь)
- На каждом этапе создания сайта есть информационное видео – удобно
- Одноэкранный сайт – лидер по конверсии – правило 6 секунд
- Одна страница – одно яркое предложение- пользователь быстро принимает решение!
- Page speed – оценка сайта на конверсию

Трафик! Анатолий Бокорев – фишки современной конверсии

- Основа трафика – рекламная кампания, платная или бесплатная. Платно – дорого и быстро (реклама – поднимаем вверх), бесплатно (SEO – фишек нет, только интересный контент) – долго.
- Для трафика нужно – бешенный канал трафика от РСЯ (Яндекс) и регламент сбора РСЯ
- Настроить систему Яндекс Метрика и гугл аналитика
- Установить цели – составная цель «Конверсия-...»
- UTM метки (хвост после адреса сайта)
- Связать счетчики с контекстной рекламой Яндекс директ и Google Adwords

Полезные сайты

- Serpstat – ключевые слова на сайтах конкурентов
- Advse.ru – все о конкурентах
- Букварикс – ключевые слова конкурентов
- spyWords – объявления конкурентов
- Link Pad – ссылки, ведущие на сайт конкурентов
- Rds Bar – анализ посетителей
- Word stat – статистика поисковых запросов
- Tube Buddy – что есть по запросам
- Savefrom.net – скачивание из ютуб и ВК
- Supa.ru – оформление контента – дизайн
- Canva.com – оформление контента – дизайн

Socialkey.ru – сервис для настройки рекламы в соцсетях
Aori.ru – сервис для рекламы малого и среднего бизнеса
Церебро.рф – сервис парсинга целевой аудитории ВК
Vazium.com – конструктор сайтов
Pixabay.com – фото банк
Tilda.cc – конструктор сайтов
Lpgenerator.ru– сервис для создания лендингов
Readability.io – оценка читабельности текста
Glvrd.ru –сервс оптимизации текста
Kit2016.ru/2016 – шаблоны продающего маркетинг-кита
Lp4kit.ru – примеры маркетинг – кита
www.fl.ru - фрилансеры

КАК СДЕЛАТЬ ПРОДАЮЩИЙ ЗАГОЛОВОК ДЛЯ ВАШЕГО САЙТА/ПРОЕКТА/ ОБЪЯВЛЕНИЯ?

- Вот методы, которые увеличат Ваш средний чек в 3 раза.
Вот способ, который поможет похудеть на 5 кг в течение 14 дней.
Вот вещи, которые обеспечат Вам удобство и комфорт.
Вот метод, который позволит ускорить Ваш ПК в 8 раз!
Кто еще хочет запустить свой первый бизнес, без рисков потерять время и деньги, даже если Вы совсем новичок!
Вот метод, который помогает мне быть здоровой и активной!
Вот метод, который позволит читать без очков на 3-й день.
Вот сервис, который поможет Вам сэкономить время на ежемесячных покупках.
Малоизвестные способы учиться, не посещая скучную школу.
Кто ещё хочет современные ковры в салон Вашего авто!
Малоизвестный способ избавления от язвы желудка за месяц!
Малоизвестный способ омоложения.

- Избавьтесь от бессонницы раз и навсегда.
Избавьтесь от влияния магнитных бурь раз и на всегда!
Избавьтесь от проблемы с запчастями раз и навсегда!
Избавьтесь от напряжения в глазах раз и навсегда.
- Избавьтесь от неудобных и непрактичных вещей раз и навсегда.
Избавьте Вашего ребёнка от потери времени на ненужных уроках!
Избавьтесь от комплексов и поступайте в ВУЗы с нами! Избавьтесь от всего на время или от ... навсегда!
- Избавьтесь от тормозов компьютера раз и навсегда!
Избавьтесь от ватных ног и дрожи при выступлении раз и навсегда!
Избавьтесь от страха потерять время и деньги при запуске своего бизнеса раз и навсегда.
Вот быстрый способ за 14 дней омолодить организм!
Вот быстрый способ запуска Вашего первого бизнеса всего за 4 шага.
Вот быстрый способ сделать Ваш ресторан лучшим.
Увольте Вашего программиста, теперь Вы можете сами создать свой сайт за 5 минут с помощью нашего конструктора!
Увольте свою няню и сами укладывайте своего гиперативного ребенка с нашей подушкой.

Стратегический маркетинг



Упаковка и УТП

Выявление скрытых конкурентных преимуществ и «наращивание ценности»

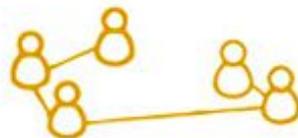
[Подробнее](#)



Трафик и аналитика

Сформируем поток заявок и будем знать о нём каждую цифру

[Подробнее](#)



Сегментация ЦА

Разработаем сценарии и цепочки касаний

[Подробнее](#)



Технологии

Автоматизация бизнеса и бизнес процессов

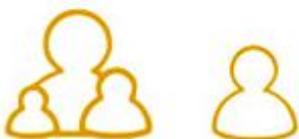
[Подробнее](#)



WOW marketing

Создадим резонанс и запустим цепную реакцию рекомендаций

[Подробнее](#)



SMM

Лидогенерация в социальных медиа. Соцсети.

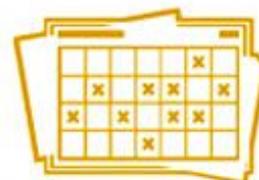
[Подробнее](#)



Стратегия

Создание долгосрочной стратегии компании (два месяца, пол года и год)

[Подробнее](#)



Планирование

Расчет, контроль и оптимизация маркетингового бюджета

[Подробнее](#)



Упаковка и УТП

Выявление скрытых конкурентных преимуществ и «наращивание ценности»

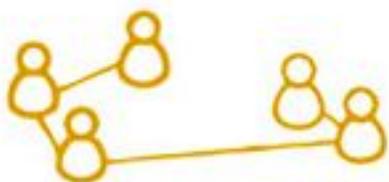
- Определим, что является вашим конкурентным преимуществом.
- Определим уникальные свойства ваших товаров и услуг, о которых вы и сами не подозревали.
- Создадим не менее 50 тезисов (смысловых пуль), которые цепляют ваших клиентов и заставляют их нажимать кнопку «купить».
- Разработаем эффективный сайт, посадочную страницу, маркетинг-кит и в все маркетинговые материалы.
- Проведем сегментацию клиентов.
- Разработаем (или переработаем) ваши сайты, посадочные страницы, рекламные материалы.
- Разработаем Уникальное торговое предложение, ведь продает первая фраза, прочтенная клиентом.



Трафик и аналитика

Сформируем поток заявок и будем знать о нём каждую цифру

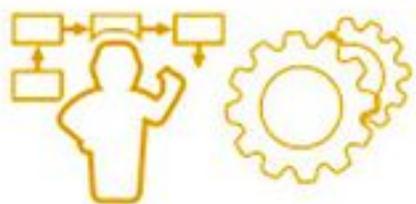
- Создадим не менее 20 гипотез получения целевого трафика
- Разберем специфику использования всех каналов привлечения трафика:
 - контекстная реклама в Яндекс.Директ и Google AdWords – построим Декомпозицию исходя из данных Вашей конкурентной среды и ctr Вашей посадочной страницы;
 - SEO-оптимизация и «фишки», позволяющие получить новый объем трафика;
 - SMM-реклама в социальных сетях: вКонтакте, Facebook, Одноклассники, с учетом особенностей каждой;
 - Ретаргетинг и ремаркетинг;
 - Использование торговых площадок, блогов, форумов, развлекательных площадок, видеоканалов, нишевых и тематических ресурсов, купонных сервисов, CPA-сетей, тизерных сетей, мобильного маркетинга.
- Покажу принципы, правила и программное обеспечение для тестирования ваших инструментов онлайн-маркетинга
- Разберем, как можно повысить эффективность (конверсию инструментов) в разы
- Разберем нестандартные решения



Сегментация ЦА

Сценарии и цепочки касаний

- Определим Вашу ЦА – целевую аудиторию и сегмент.
- Разберем, какие критерии деления аудитории стоит выделять в вашем бизнесе.
- Начнём работать с каждым клиентом адресно
- Определим, какие инструменты вам понадобятся для работы с сегментированной клиентской базой
- Выявим потенциал каждого сегмента для повышения результатов работы с ним
- Проработаем цепочки касаний с клиентами.



Технологии

Автоматизация бизнеса и бизнес процессов.

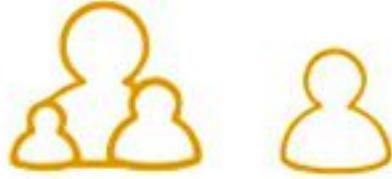
- Измерим доступность и скорость загрузки Вашего сайта, разработаем инструкцию для увеличения скорости загрузки
- Внедрим инструментами для управления A/B-тестированием посадочных страниц
- Внедрим инструменты управления кампаниями в контекстной рекламе и SMM
- Разберемся с инструментами Яндекс.Метрика и Google Analytics как инструментами Web-аналитики
- Внедрим наиболее подходящую Вам CRM систему



WOW-marketing

Создадим резонанс и
запустим цепную реакцию
рекомендаций

- Создадим не менее 20 гипотез создания резонанса среди аудитории ваших потенциальных клиентов
- Создадим «информационные взрывы» и «парадоксы»
- Применим инструменты эффективного маркетинга и его результаты
- Проведем вирусные маркетинговые акции и разработаем вирусный контент



SMM

Лидогенерация в социальных медиа. Соцсети.

- Проведем сегментацию Вашей ЦА в разных соцсетях: ВКонтакте, Facebook,
- Подберем основные инструменты привлечения Вашей целевой аудитории
- Разработаем контент для разных соцсетей
- Пройдем путь от создания и публикации контента до привлечения аудитории



Стратегия

Создание долгосрочной стратегии компании (два месяца, пол года и год)

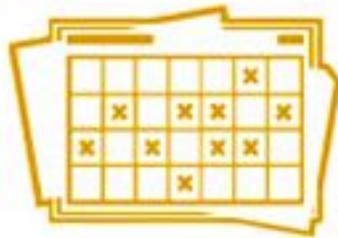
- Создадим долгосрочную стратегию компании с учетом всех инструментов онлайн маркетинга
- Определим принципы и правила сегментации клиентской базы и потенциальных клиентов
- Построим системы касаний с клиентами
- Разберем разработку сценариев поведения и клиентских путей
- Рассмотрим комбинации разных инструментов и проведение многошаговых акций



Стратегия

Создание долгосрочной стратегии компании (два месяца, пол года и год)

- Создадим долгосрочную стратегию компании с учетом всех инструментов онлайн маркетинга
- Определим принципы и правила сегментации клиентской базы и потенциальных клиентов
- Построим системы касаний с клиентами
- Разберем разработку сценариев поведения и клиентских путей
- Рассмотрим комбинации разных инструментов и проведение многошаговых акций



Планирование

Расчет, контроль и оптимизация маркетингового бюджета

- Создадим маркетинговый бюджет
 - Разработка медиаплана
 - Контроль и оптимизация бюджета
 - Планирование бюджета
 - Реализация
- Сформируем
 - «Облако» касаний и клиентских путей
 - Отчетность по основным показателям (ROI как показатель эффективности распределения бюджета, LT- период взаимодействия с клиентом)
 - Подходы влияния на основные показатели в маркетинге

Жилин Роман Игоревич

Эксперт-практик по
стратегическому маркетингу

Основатель агентства METHOD-SEO.ru

[МОЙ БЛОГ](#)

[СВЯЗАТЬСЯ СО МНОЙ](#)

