

Маркетинговая стратегия

Buono

Портрет ЦА

Подробное описание вашей целевой аудитории

Женщины

Возраст: от 35 до 50 лет.

Если мы говорим про онлайн-покупки: Несмотря на то, что одежда подойдет аудитории старше, и аудитория этого возраста сидит в соц.сетях, заказ одежды через интернет кажется им ненадежным вариантом.

Интересы: семья и сохранение семьи, воспитание детей, поддержание фигуры в форме и спорт, статусная и женственная внешность, выглядеть дорого, тратить мало, забота о женской привлекательности, уют в доме, рецепты, развитие бизнеса, получение новостей из соц.сетей, прочитать книгу Марка Леви или Джоджо Мойес, психология и личностный рост, организация досуга по вечерам и выходным для всей семьи, уход за собой

Подписаны: друзья и семья, страницы, связанные с рабочей деятельностью, косметологи, известные артисты с телевидения, страницы с ПП-рецептами, страницы с животными, страницы с приколами, женские семейные коучи, бизнес по-женски

Частота покупок: 1 раз в месяц

Средний чек: 7500 рублей

Потребности:

в жизни: спокойствие и стабильность, погода в доме, вырастить из ребенка успешного человека, работа, которая приносит доход и радует, хороший внешний вид, косметологический уход для сохранения молодости, радуется, когда получает комплименты.

в одежде: качественные ткани, чтобы весь гардероб между собой сочетался и была возможность собрать капсулы в одном месте (Идея: показать, что все вещи из коллекции Буоно сочетаются между собой), спокойные цвета, элегантность. Не гонятся за последними трендами, важно, чтобы шло к лицу и украшало фигуру.

Важно, чтобы вещь прослужила несколько сезонов, не испортилась и не потеряла свою актуальность.

Используют 3-4 торговых марки. Привязываются к торговой марке, когда ассоциируют ее с достижением своих целей.

Критерий принятия решения: цена, уверенность в том, что отлично сядет по фигуре, чтобы одежда была «и в пир и в мир», настроены на «долгосрочное сотрудничество»

От чего испытывают эмоциональный подъем: когда получилось найти красивую вещь, когда нашла интересную страницу в инстаграме, когда полетела в отпуск на море, когда дети хорошо себя ведут, когда муж позвал в театр или ресторан более высокого ценового формата, когда делают комплименты внешности или умению вести дела

Digital площадки, которыми интересуются: инстаграм, фейсбук, реже – одноклассники и вк, форум woman.ru, Но в общем привыкли пользоваться соц.сетями и искать все в них. Не читают онлайн журналы. Возможно, рандомный поиск необходимой информации в поисковике Яндекс, без привязки к определенным ресурсам.

Триггеры: Выгода – акции, скидки, эксклюзивность – таких вещей мало, а «в таком платье вы будете в центре внимания». «Зачем переплачивать за имя мирового бренда, если можно хорошо выглядеть в несколько раз дешевле?»

Самооценка основана на желании выглядеть успешно и привлекать к себе внимание.

Внешняя референция (ориентация на чужое мнение) где референтная группа - подружки, которые уже достигли более высокого положения.

Семейное положение: есть дети и муж, либо уже в разводе

Эмоциональная привязка: уверенность и спокойствие. в работе. семье. одежде. Если одежда. то нужно быть уверенной.

День из жизни клиентки: Марии 38 лет. Сегодня она как обычно проснулась в пол восьмого утра, чтобы приготовить завтрак (каша и бутерброды с сыром), проводить мужа на работу, а ребенка в школу. Ребенок, к слову, учится в 8 классе. Затем она поехала на своем Фольцвагене 2013 года в свою небольшую студию танцев, проверить как идут дела. К сожалению, в этом месяце прибыль немного снизилась, но Мария не расстроилась. Ее работа больше для души. В основном она ведет бизнес из дома и в офисе с невысокой арендной платой не задерживается. Проведя в офисе несколько часов, наша клиентка поехала в фитнес-центр на Hot Iron и йогу. После заехала во ВкусВилл около дома и купила продуктов. Приготовила ужин, пообщалась с семьей и легла на диване полистать ленту Инстаграм. Она зашла на странички своих друзей, страницу Аллы Пугачевой, Ивана Урганта, косметолога, астролога и листая ленту ее взгляд остановился на рекламе элегантного платья, которое можно надеть утром в офис, а вечером, добавив аксессуары, пойти с подругой выпить вина в кафе среднеценового сегмента. Мария подписалась на страницу, ей пришло приветственное сообщение с предложением скидки 15%, при условии, что она сделает первую покупку в течение двух дней. Она уточнила условия доставки, примерки, возврат. Посоветовалась с подругой и на следующий день сделала заказ.

Способ принятия решения:

Выбирают в знакомых и вызывающих доверие интернет-магазинах.

Могут делать заказ по рассылке, если товар понравился и на его покупку есть деньги.

ТМ должна иметь позитивный образ в глазах окружения.

Важно - возможность примерки и разные варианты оплаты

Срок доставки минимальный.

Широкий размерный и цветовой диапазон.

Наличие положительных отзывов покупателей.

Бесплатная доставка.

Основные преимущества бренда Буоно:

- Материалы, из которых мы изготавливаем одежду остаются в прежнем виде 7 лет
- В одежде Буоно женщины выглядят органично и в офисе, и на корпоративном вечере
- На сайте образы подобраны так, чтобы вы сразу могли его приобрести и не тратили время на обдумывание вопроса «с чем это носить»
- Невысокие цены: средняя стоимость платья - 5500 рублей
- Буоно - авторский бренд, а не массмаркет. Даже в самом простом нашем наряде, вы будете выделяться и выглядеть дорого
- Личный менеджер, который поможет с размером и выбором
- Удобный выбор одежды на сайте, не нужно тратить часы на перебраните вешалок в масс-маркет магазинах
- Женственные фасоны, которые подчеркивают достоинства фигуры, могут скрыть любые недостатки, но при этом удобны в носке и не стесняют движения

Наш продукт это:

- Универсальная женская одежда для офиса, выходного дня или прогулки с детьми
- Женская одежда, которая выглядит значительно дороже, чем стоит
- Бренд, с которым приятно и выгодно сотрудничать на протяжении долгого времени
- Завершенные образы из небольшого количества вещей и идеальные капсулы одежды

Объем рынка

По данным Fashion Consulting Group, в прошлом году продажи одежды, обуви и аксессуаров в России составили 2,3 трлн. руб.

<https://goo.gl/eCAVBe>

*Можно приобрести исследование РБК с прогнозами на 2018-2022 год

<https://goo.gl/eWKkna>

Аккаунты конкурентов

ladylook_dress

1 625 публикации 37,9 тыс. подписчики 276 подписки

Подписаться

Платья Ladylook. Женская мода.
Товар/услуга
Самые доступные цены
Собственное производство магазин в Москве @insta_home11 в Челябинске @ladylook_kuba Доставка по миру
Каталог одежды тут
www.ladyl.ru/
Цвилинга 25 ТРК КУБА. Артиллерийская 136. ТРК ГОРКИ, Chelyabinsk, Russia

Отзывы Фото клиен... Акции Размеры!!!! Про т

Эл. письмо Как добраться

Instagram navigation icons

https://www.instagram.com/ladylook_dress/

mariiboucher

710 публикации 573 тыс. подписчики 5 569 подписки

Подписаться

Курс «Элегантность Манер»
Блоггер
Директор Австрийской Школы Этикета

Бесплатные уроки смотрите в сториз
Ссылка на мероприятия Школы и курсы со скидкой
taplink.cc/mariiboucher
Volhonka 9, Moscow, Russia
Подписаны cosmocosmetik и panterov

IGTV Моя книга Датчик оса... Москва

Позвонить Эл. письмо Как добраться

Instagram navigation icons

<https://www.instagram.com/mariiboucher/>

olgaskazkina

1 503 публикации 32,4 тыс. подписчики 374 подписки

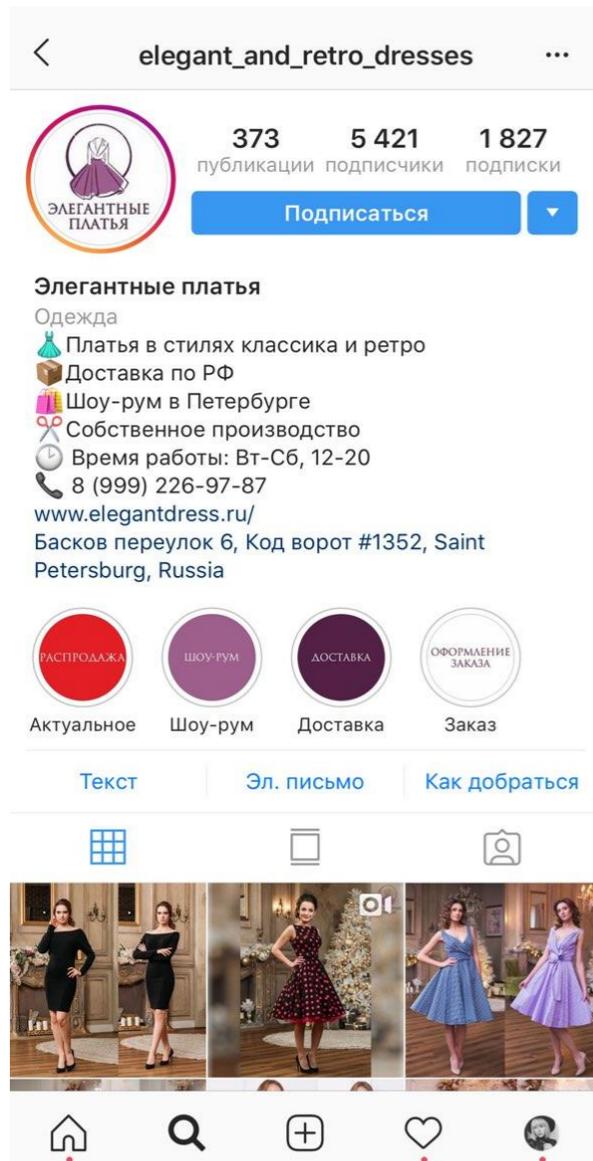
Подписаться

Fashion Designer OLGA SKAZKINA
Одежда с дизайнерскими акцентами для офиса, деловых встреч, собеседований и важных моментов жизни! На любой рост!
#нескучнаяклассика
www.skazkina.com/
Подписался(-ась) a_panaiotidi

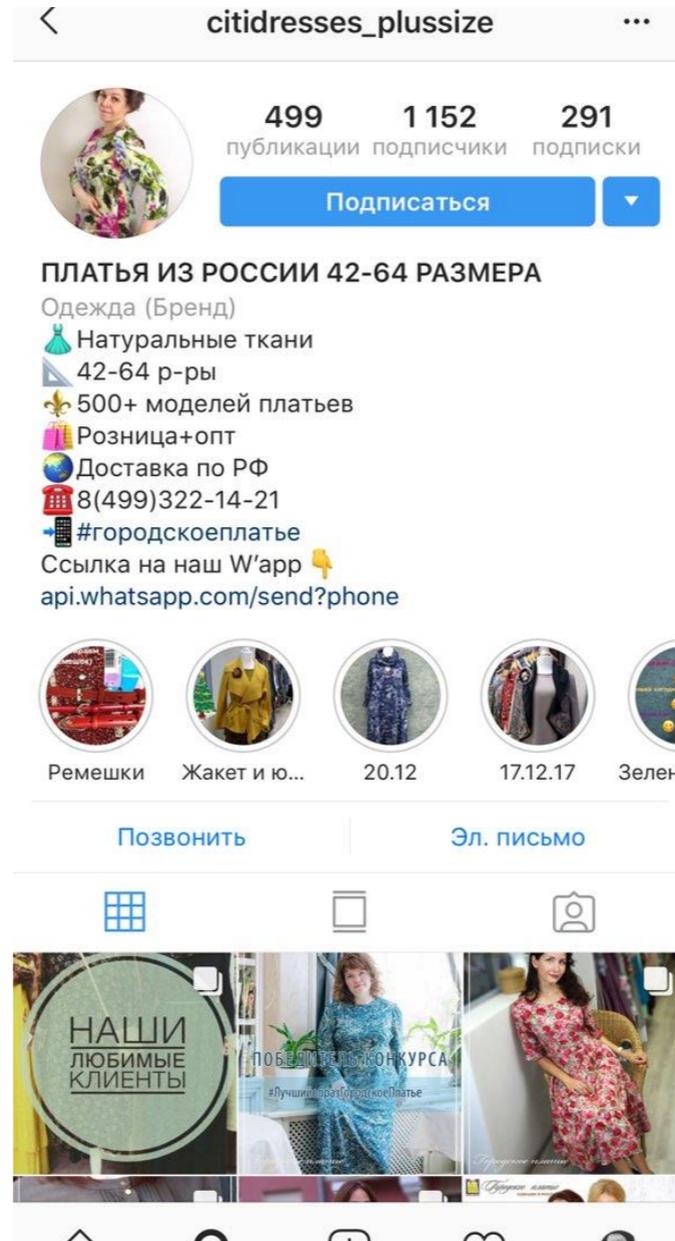
Instagram navigation icons

<https://www.instagram.com/olgaskazkina/>

Аккаунты конкурентов



https://www.instagram.com/elegant_and_retro_dresses/



https://www.instagram.com/citidresses_plussize/



<https://www.instagram.com/xarizmas/>

Рекомендуемые площадки для размещения

● Паблики:

- @lookbook.inst - 504k
- @devochki_vine - 699k
- @woman.minds_inst - 738k
- @40_kilog - 817k
- @psi_people - 1m
- @citaty_women - 1,4m
- @woman_vines - 3,1m

Блогеры:

- @jeweltravel - 448k
- @galia_tkachenko - 204k
- @oleg_denisenko_blog - 509k
- @mom_lena - 615k
- @kto_takaya - 1,3m
- @botanovna - 1,5m
- @aliona_hilt - 1,1m
- @larangsovet - 1,7m

Контент-план

В НАЛИЧИИ	продающий	3-4 раза в неделю	#КАТАЛОГ_BUONO
АКЦИИ	продающий	1 раз в неделю	#АКЦИЯ_BUONO
ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ ПО СТИЛЮ	польза	по мере необходимости	#СОВЕТЫ_BUONO
ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ	польза	1 раз в неделю	#ОТВЕТЫ_BUONO
УНИКАЛЬНОСТИ БРЕНДА	продающий	2 раза в неделю	#ПРО_BUONO
РАБОТА НА ПРОИЗВОДСТВЕ	польза	по мере необходимости	#ВНУТРИ_BUONO
ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ	социальное док-во	2-3 раза в неделю	#ОТЗЫВЫ_BUONO
НАШИ КЛИЕНТЫ	пользовательский	по мере необходимости	#КЛИЕНТЫ_BUONO
КОНКУРСЫ С ПОКУПАТЕЛЯМИ	активность	1 раз в 2 недели	#КОНКУРС_BUONO
ИСТОРИИ ОТ ОСНОВАТЕЛЯ БРЕНДА	эмоциональный	1 раз в 3 недели	#ИСТОРИЯ_BUONO
ДЕНЬ НЕДЕЛИ	ВРЕМЯ ПУБЛИКАЦИИ		
	12:30	19:00	21:00
ПОНЕДЕЛЬНИК	В НАЛИЧИИ	ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ	ИСТОРИИ ОТ ОСНОВАТЕЛЯ
ВТОРНИК	УНИКАЛЬНОСТИ БРЕНДА	ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ	ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ
СРЕДА	АКЦИИ	В НАЛИЧИИ	ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ
ЧЕТВЕРГ	РАБОТА НА ПРОИЗВОДСТВЕ	ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ	НАШИ КЛИЕНТЫ
ПЯТНИЦА	НАШИ КЛИЕНТЫ	ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ	УНИКАЛЬНОСТИ БРЕНДА
СУББОТА	КОНКУРСЫ С ПОКУПАТЕЛЯМИ	В НАЛИЧИИ	ИСТОРИИ ОТ ОСНОВАТЕЛЯ
ВОСКРЕСЕНЬЕ	ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ	ИСТОРИИ ОТ ОСНОВАТЕЛЯ	ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

Пример визуального оформления



Советы по оформлению аккаунта Вuono

- Переоформить шапку
- Оформить «актуальное» в едином стиле
- Добавить нужную и продающую информацию в «актуальное». Сейчас информация не совсем корректная
- Сделать фотосессию в светлой студии в классическом стиле. Сейчас фото тусклые и не сочные. На них не выделяется наряд, а сливается с фотографией воедино. Фото просто на белом фоне тоже не выигрышно выглядят - они упрощают одежду
- ВАЖНО: при фотосессии учитывать ЦА, понимать, что откликнется именно им. Элегантность, изысканность, женственность. Наши клиентки – взрослые, занятые женщины, которые хотят быть уверены в своем выборе и в том, что они будут выглядеть хорошо в этой одежде
- Периодически проводить фотосессии с различной стилистикой, под время года, праздники, тематику: в офис, прогулка с ребенком, поездка в отпуск.
- Сменить аватарку на логотип магазина

Рекомендуемые блогеры для покупки рекламы

Блогеры:

женские психологи, коучи, бизнес по-женски, кулинария, стильные успешные женщины за 30

Возможна коллаборация и кросс-реклама с брендами аксессуаров или элегантной верхней одежды.

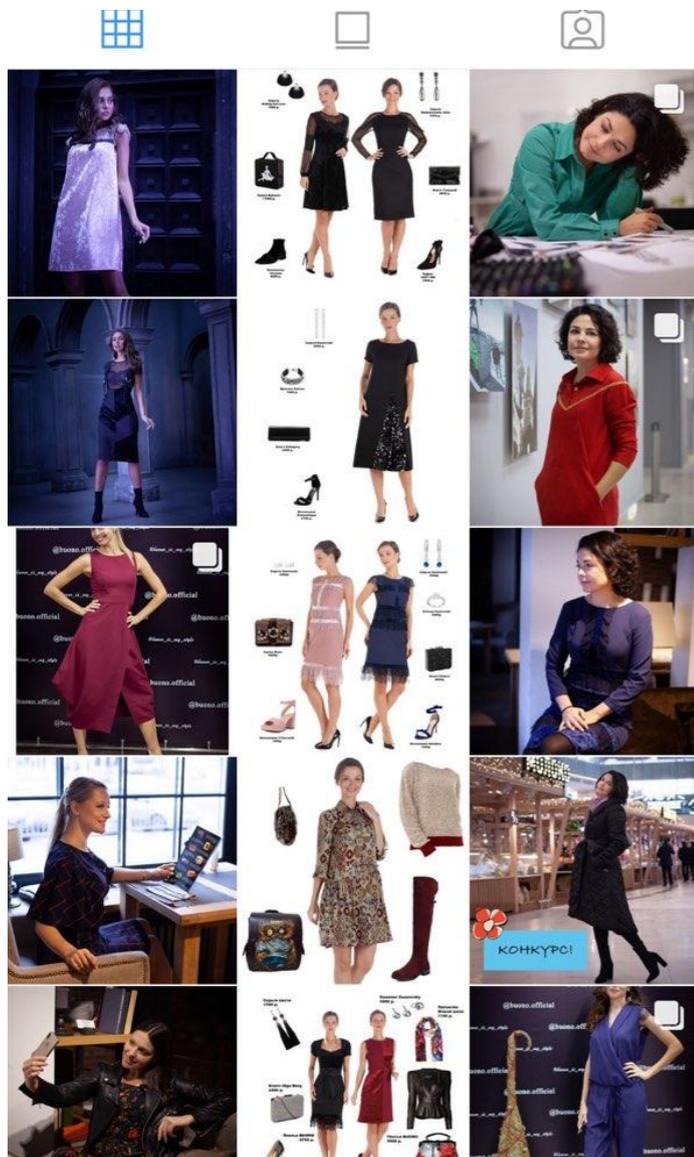
Совет: нарядить известную личность, пригласить в шоурум, сделать фотосессию.

Например, Анастасию Волочкову или Лолиту Милявскую.

Рекомендуемые сервисы для раскрутки аккаунта

- <https://commenter.su/> – живые комментарии под фото, увеличивают охват и создают ажиотаж
- Другие сервисы по накрутке подписчиков и лайков мы не рекомендуем использовать. Наша цель, не огромное количество подписчиков, а качество и в следствии – покупки. В нише модной одежды стоит делать только органический трафик через таргетированную рекламу и рекламу у блогеров.

Стратегия по ведению ЖИВОГО КОНТЕНТА



Введите подпись.

На текущую стратегию – о Камилле, подбор полного лука, отдельный наряд – аудитория очень хорошо реагирует. Возможно, продолжить в том же режиме, добавить конкурсы и акции.

А так же предлагать скидку при покупке полного лука. В рубрику «о Камилле» можно добавить личных историй, чтобы клиентка почувствовала «родство», что создатель бренда такая же женщина, как она, с такими же радостями, страхами, проблемами.

Рассказать больше про историю успеха, про взлеты и неудачи.

Опрос показал, что Камилла интересна аудитории и платья покупают не просто, как одежду, а одежду именно от нее. Больше жизненного контента и заботы о клиентке.

На посты с подбором луков идет большой отзыв аудитории. Можно добавить советы по подбору нарядов в офис, вечеринку, семейный ужин.

Следует добавить побольше видео с производства, из шоу-рума, покупательниц в нарядах

При подготовке этой презентации мы использовали данные опроса ваших клиентов и потенциальных покупателей из ЦА