

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Color Club 2016

Color Club

- Сеть профессиональных студий по продаже лако-красочной продукции;
- Работа компании Color Club заключается в информировании и обучении клиентов и партнеров использованию лако-красочной продукции для ремонта и строительства, с целью продажи, а также создания отношений, и продажи продукции в будущем;
- При этом используются такие инструменты, как профессиональная консультация, подбор оптимальной продукции, индивидуальный подход, оптимизация затрат клиента;
- Мы предоставляем комплексный подход для получения качественного лако-красочного и отделочного покрытия.

Миссия компании Color Club

- Создание у клиентов компании чувства эстетического, морального, практического и финансового удовлетворения от покупки товара у компании Color Club;
- Счастливый клиент = постоянный клиент;
- Компания экологична (не причиняет вред) в своих действиях и рекомендациях. Мы уважаем каждого нашего клиента и знания, которые мы предоставляем направлены на благо клиентов, согласно их запросам и поставленным целям.

Описание продукта

Целевой сегмент	Крупные строительные компании, строительные бригады, архитекторы, дизайнеры, промышленные объекты, торговые компании, франчайзинг, конечные потребители (розничные клиенты).
Проблематика клиента (боль)	Отсутствие надежного поставщика, у которого есть складские запасы, прямые поставки, выгодные условия покупки. Удобство расположения офиса продаж. Отсутствие у поставщика ассортимента, квалифицированной консультации, коммуникации и обратной связи, техподдержки.
Продукт (решение)	Надежные поставки, достаточные складские запасы и ассортимент, наилучшее сочетание цена/качества, индивидуальный подход, гибкие условия сотрудничества, наличие техподдержки, коммуникация на высшем уровне. Студии расположены в удобных для клиентов местах. Наличие Школы Красок для обучения.
Как продукт решает проблему (удовлетворяет потребность)?	Квалифицированные специалисты выявляют потребности клиентов, оказывают высоко-качественную консультацию и помогают клиенту совершить наилучшую для него покупку. Школа красок проводит обучающие семинары для клиентов и сотрудников компании.

Альтернативы, имеющиеся у клиентов

Альтернатива	Преимущества	Недостатки
Строительные супермаркеты	• Широкий ассортимент • Образцы продукции • Наличие товара и запасов • Доставка • Кредит • В одном месте есть все, что нужно клиенту • Удобное расположение • Время работы • Дисконтная программа • Акции • Парковка для авто	• Плохой сервис • Низкий уровень квалификации сотрудников • Очереди в кассу • Фиксированная система скидок и акций • Сложная процедура рекламации и возврата товара • Обманутые ожидания покупателей (акции, которые не работают)
Специализированные магазины	• Хороший сервис • Индивидуальный подход к клиенту • Сопутствующие товары • Наличие дизайнерских услуг • Доставка	• Ограниченный товарный запас • Ограниченный ассортимент • Неудобство или отсутствие парковки • График работы

Альтернативы, имеющиеся у клиентов

Альтернатива	Преимущества	Недостатки
Рынки	• Большой ассортимент • График работы • Гибкие условия • Привычка покупателей	• Испорченный товар • Низкое качество товара • Продать любой ценой • Дешевый сегмент • Отсутствие товарных запасов • Не всегда качественный сервис • Отсутствие профессиональной коливровки
Комплектовщики	• Большой ассортимент • Высокая коммуникабельность • Гибкость • Демпинг по цене • Заказ в одном месте • Доставка • График работы	• Отсутствие запасов • Время доставки • Нет техподдержки • Низкий уровень квалификации • Отсутствие образцов • Некорректность ценообразования

Альтернативы, имеющиеся у клиентов

Альтернатива	Преимущества	Недостатки
Онлайн магазины	• Большой ассортимент • График работы • Гибкие условия • Доставка • Удобство покупки для клиентов • Отличная коммуникация • Оперативность обратной связи	• Не весь товар есть на складе • Продать любой ценой • Не всегда качественный сервис • Отсутствие профессиональной коливровки • Сложно выбрать правильный цвет по интернету • Не готовность некоторых клиентов заказывать и оплачивать в интернете • Неактуальная цена • Несвоевременная доставка

Конкурентная стратегия

Дифференциация (добавочная ценность)

- **Системный подход.** Консультирование и продажа клиенту всех сопутствующих товаров. Продажи решения для его запроса.
- **Профессиональная консультация.** Сопровождение и обратная связь.
- **Индивидуальный подход к каждому клиенту.** Уделить внимание, выявить потребность и предложить наилучшее решение.
- **Оптимальные складские запасы.** Клиент может сразу получить товар.
- **Коммуникация с клиентом.** Создание доверительных отношений с клиентом. Поддержание постоянных отношений с клиентом.
- **Обучение сотрудников и клиентов.**
- **Гибкое ценообразование.**
- **Оперативность.** При необходимости быстрая доставка товара под заказ.
- **Акции и специальные предложения.**
- **Качество продукции.**
- **Наличие образцов продукции.**

Конкурентная стратегия

Фокусировка

Создание имиджа и поддержание репутации компании Color Club, как надежного делового партнера.

Каналы привлечения клиентов

Интернет-каналы

Продвижение мастер-классов:

- Контекстная реклама Google Adwords, социальных сетях + ремаркетинг.
- Использование посадочных страниц для повышения конверсии. Лид-магниты.
- Видео-маркетинг (регулярные публикации видео-подкастов на канале Youtube).
- Контент-маркетинг (ведение блога с ценным контентом).
- E-mail-маркетинг (наполнение за счет форм захвата и подписных страниц, регулярная рассылка полезного контента со ссылкой на блог).
- SMM продвижение. Реклама в SMM.
- Создание нового интернет-магазина.

Экспертный маркетинг и PR

- Написание статей в прессе
- Выступления на целевых мероприятиях
- Участие в выставках
- Проведение открытых встреч

Event-маркетинг

- Проведение бизнес-завтраков
- Проведение Клубов
- Сарафанное радио
- Просмотр футбола с клиентами
- Детские мероприятия для рисования краской

Каналы привлечения клиентов

Живые программы	Обучающие семинары Школы Красок.
Онлайн-обучение	Трансляция + YouTube записи Школы Красок.
Реклама	• Печатные издания • Брошюры • Флаера • Реклама на авто • Оформление студий

Клиент-менеджмент

До покупки	Клиента сопровождает менеджер по продажам.
После покупки	Клиента сопровождает менеджер по продажам. Смс рассылка Акции День Рождения клиента Информирование о новой продукции