



Маркетинг для малого бизнеса

Зубарев Николай Юрьевич

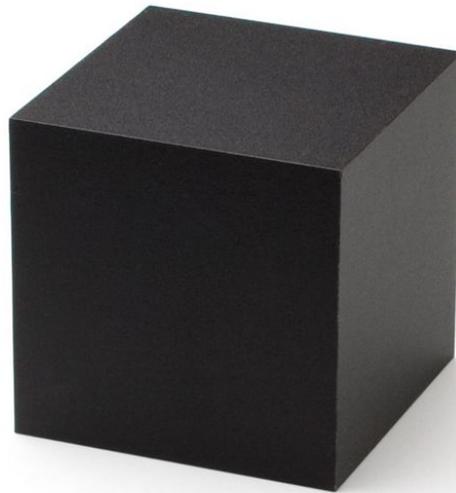
Маркетинг

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

– Филип Котлер



Модель черного ящика



Воронка продаж



90+ каналов трафика

Вконтакте

- Таргетированная реклама
- Видеореклама
- Продвижение сообществ
- Продвижение поста в новостной ленте
- Размещение поста в рекламной бирже
- Продвижение товара
- Продвижение приложения
- Инвайтинг
- Боты/Персонажи



90+ каналов трафика

Facebook

- Таргетированная реклама
- Продвижение поста
- Продвижение страницы
- Продвижение товара
- Продвижение приложения
- Продвижение сайта
- Генерация лидов



90+ каналов трафика

Другие соцсети

- Платформа MyTarget (таргетинг ВК и ОК)
- Instagram (таргетированная реклама и продвижение аккаунта)
- Twitter
- LinkedIn
- LiveJournal
- Slideshare
- Одноклассники
- Google+
- Pinterest



90+ каналов трафика

Публикации у “opinion leaders”

- ВКонтакте
- Instagram
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- LinkedIn
- LiveJournal
- Одноклассники



90+ каналов трафика

Площадки объявлений

- Avito
- Auto
- irr
- Юла



90+ каналов трафика

Реклама

- Контекстная реклама (Google и Yandex)
- Медийная реклама (Google и Youtube)
- Видеореклама (в Youtube, канал на Youtube, канал на Periscope)
- Рассылки (email, SMS, messengers (Viber, Whatsapp, Telegram))
- Парсинг лидов в соцсетях (Socscan, Leadscanner)



90+ каналов трафика

Еще инструменты

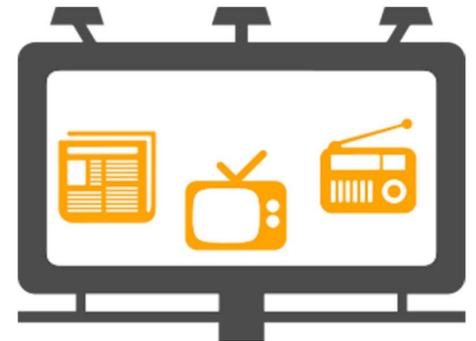
- Покупка трафика (тизерно-баннерные сети, CPA-сети, арбитраж, Real Time Bidding)
- Другие инструменты (поисковые продвижения – SEO, форумы, карты, ремаркетинг, ретаргетинг, аффилиатный трафик, купонные сервисы, мобильные приложения, реклама на точках доступа Wi-Fi)
- Инструменты на сайте (callback, онлайн-консультант, всплывающие окна)



90+ каналов трафика

Классика

- ТВ
- Радио
- Пресса
- Билборды
- Кинотеатры
- Транспорт
- Витрины
- Авто
- Вывески
- Бизнес-центры
- Вокзалы
- Визитки
- Сувениры



90+ каналов трафика

Еще

- Промоутеры
- Указатели
- Соцопросы
- Скамейки
- Листовки
- Выставки
- Штендеры
- Ролл-апы
- Подъезды
- Вузы
- Граффити

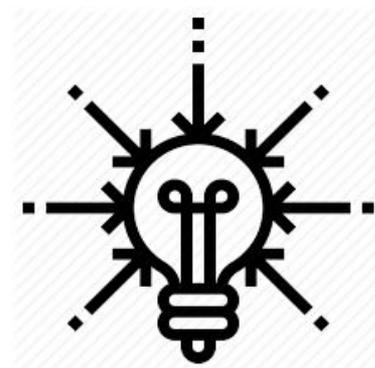


Фокусировка

ВАЖНО правильно выбрать концепцию позиционирования на рынке.

Каналов трафика очень много. Сегодня наиболее эффективные каналы – это онлайн. Не стоит забывать и про оффлайн.

Нужно протестировать все каналы, замерить все показатели и посчитать ROI.



Пример работы в Excel

D19

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	150 площадок *Площадка – это поверхность с предложением единицы покупательского спроса											
	№	Площадка	Адрес	Мои реквизиты	Количество объявлений	Деньг вложено	Показ (Уникальный просмотр)	Клик	Заявка	Покупка	Повторная покупка	
1	1	АВИТО	http://www.avito.ru/profile	Логин: Пароль:		0	92					
2	2	Яндекс Директ				0	0					
3	3	ВКонтакте публик	http://vk.com/public52075809			0						
4	4	ВКонтакте группа	http://vk.com/club52087168			0						
5	5	ВКонтакте пользователь	http://vk.com/id207635088									
6	6	Mail										
7	7	ЖЖ										
8	8	Youtube										
9	9	Rutube										
10	10	ir										
11	11	Barahla.net										
12	12	Unibo.ru										
13	13	Pulscen.ru	http://coffeeperm.pulscen.ru/import/xls									
14	14	Tiu										
15	15	Teron										
16	16	Twitter										
17	17	Instagram										
18	18											
19	19											
20	20											
21	21											
22	22											
23	23											
24	24											
25	25											
26	26											
27	27											
28	28											
29	29											
30	30											
31	31											
32	32											
33	33											
34	34											
35	35											
36	36											
37	37											
38	38											
39	39											
40	40											
41	41											
42	42											
43	43											
44	44											

Укажите имя для диапазона ячеек или выберите именованный диапазон из списка

Пример работы в Excel

	A	B	C	D	E	F	
1	Канал	Что сделать	Срок до открытия	Инструкция	Пример	Готовность	Ссылка
2	Группа Вконтакте	Оформление и контент	30 дней	https://drive.google.com/drive/u/0/folder	https://vk.com/likeb	Нет	
3	Группа Facebook	как ВК	30 дней	https://drive.google.com/drive/u/0/folder		Да	
4	Одноклассники	как ВК	30 дней	https://drive.google.com/drive/u/0/folder		Нет	
5	Instagram	Контент и начало продвижения	30 дней	https://drive.google.com/drive/u/0/folder	https://www.instagram.com/	Нет	
6	Конкурс ВК	Запуск конкурса, репосты в пабликах	21 день	https://drive.google.com/drive/u/0/folder	https://vk.com/wall	Нет	
7	Инвайтинг	Встреча, инвайтинг	14 дней	https://drive.google.com/drive/u/0/folder		Нет	
8	Таргетинг по соц сетям	Запуск сервиса Social Key	14 дней	https://my.socialkey.ru/help/index		Нет	
9	Карты Яндекс и Google	Заявка на размещение компании	14 дней			Нет	
10	2Gis	Связаться с персональным менеджером	21 день			Нет	
11	Контекстная реклама	настройка и запуск Яндекс.Директ и Adwords	после	https://yandex.ru/support/direct/		Нет	
12	Партнерство	Ближайшие организации и смежной тематики (с	14 дней	https://drive.google.com/drive/u/0/folder		Нет	
13	Лидеры мнений	Приглашение блоггеров, известных людей	на открытие и после	https://drive.google.com/drive/u/0/folder		Нет	
14	Приглашение на открытие	Написать по скрипту всем репостнувшим конкур	3 дня, по необходимости	https://drive.google.com/drive/u/0/folder		Нет	
15	Ведущий на открытие	Ведущий, звук, напитки и еда - по бартеру	14 дней			Нет	
16	Барберы на открытие	Договориться о выходе всех, акция "Плати, скол	14 дней			Нет	
17	Сертификаты подарочны	Распечатать на открытие	3 дня		https://drive.google.com/drive/u/0/folder	Нет	
18	Фотограф, видеооператс	Договориться на профессиональную съемку	7 дней			Нет	
19	Городские интернет-жур	Пригласить на открытие или отдельную статью	7 дней			Нет	
20	Вывеска, временный ба	Опознавательные знаки к открытию, если не буд	21 день			Нет	
21	Кофемашина	Договориться на аренду (бесплатно кофемашин	14 дней			Нет	

1. Анализ рынка

1. Размер – наличие спроса и потребности
2. Динамика – потенциал роста рынка
3. Тенденции – как часто рынок подвержен изменениям
4. Сегменты и Конъюнктура
5. Ценовой уровень и Маржинальность

1. Анализ рынка

1. Есть у Вас в регионе/муниципалитете
2. Есть на рынке РФ
3. Есть в мире, но нет в РФ

2. Определение ЦА (целевой аудитории)

1. Без определения ЦА бизнес не получится
2. Точно определенная ЦА позволит увеличить прибыль через (эффективность рекламных кампаний, повышение конверсии трафика, повышение лояльности аудитории)
3. Как правильно определить ЦА
 1. Выбор параметра ЦА –B2B/B2C
 2. Сегментирование ЦА-по типу товара/по типу потребителя/география покупок и др.
 3. Составление портрета целевого потребителя-пол/возраст/интересы/уровень дохода/потребности/боли и др.

3. Анализ конкурентов

1. Составьте список всех компаний на рынке			2. Определите ключевых, прямых и косвенных конкурентов		
№	Название	Краткое описание	ключевой	прямой	косвенный
1	Компания 1		+	+	
2	Компания 2		+		+
3	Компания 3				+
4	Компания 4			+	
5	Компания 5		+	+	
6	Компания 6		+	+	

1. Составить список конкурентов
2. Определить уровень конкурентоспособности
3. Провести продуктовый и ценовой анализ
4. Анализ рекламной активности + анализ поведения в соцсетях
5. Анализ УТП конкурентов

4. Создание УТП (Золотая середина)

1. Чего хотят Ваши потребители?
2. Что Вы делаете хорошо?
3. Что Ваши конкуренты делают хорошо?

5. Разработка маркетингового плана

1. Стратегия маркетинга
2. Товарная политика
3. Ценовая политика
4. Сбытовая политика
5. Коммуникативная политика
6. Бюджет маркетинга

6. Запуск рекламных компаний и анализ эффективности

1. Мониторинг/Администрирование
2. Анализ показателей
3. Расчет ROI
4. Выбор приоритетов/Отсекаем лишнее

Задание

1. Описать шаги 1-6
2. Выбрать каналы трафика