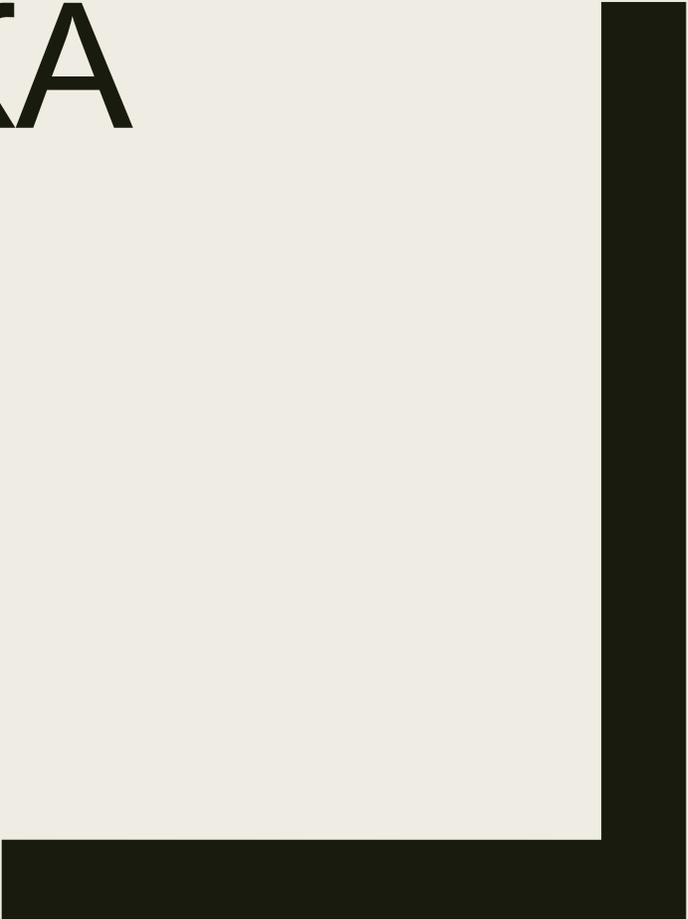




РАЗРАБОТКА САЙТОВ

«Lieshen Web Dev»



Люциус Елизавета ВПР-41

Цели

- Привлечение подписчиков на рабочую страницу в Инст. За первый месяц-плюс 1000 подписчиков
- Выход на заработок 50 000 в первый месяц
- Заключение договоров о предоставлении услуг с 3 клиентами в первый месяц
- Настроить таргетированную рекламу на (вк, инст)

Бизнес задачи

- Увеличение прибыль на заказах
- Увеличение количества партнёров
- Покупка (сборка) нового пк
- Удерживать постоянных партнёров

Мультиатрибутивная модель и УТП

- Основной продукт: веб-страницы, сайты-визитки, лендинги, а также аналитика и поддержка разработанного ПО с дальнейшей раскруткой по необходимости
- Ключевая ценность: создание и поддержка разработанного ПО без необходимости постоянного контроля и участия со стороны заказчика
- Улучшенный продукт: внедрение чат-ботов, автоматизация процессов продажи, внедрение системы оплаты
- УТП: варианты будущего дизайна на этапах макетов/мокапов (UX с учётом предварительного анализа ЦА проекта заказчика)

Сегментация

Демографические характеристики	Возраст: 25-55 лет Пол: мужчины и женщины Местоположение: крупные города Образование: высшее и среднее Доход: средний и выше среднего
Поведенческие характеристики	Любители своего дела и его развития
Психографические характеристики	Ценят свой проект/продукт. Готовы довериться профессионалу при очевидном развитии своего дела в перспективе
Социально-культурные характеристики	Стремятся сделать свою работу (проект/услугу) близкой к своей ЦА

Основная ЦА:

- бизнесмены, ищущие новый способ привлечения клиентов и повышения узнаваемости компании, с минимальными временными затратами и средним или пассивным участием в создании сайта, но понятным планом работ
- стартаперы, ищущие способ быстрого развития собственного проекта с минимальными финансовыми вложениями

Портрет ЦА

Сергей (56 лет, владелец бизнеса по продаже запчастей для комбайнов и тракторов)

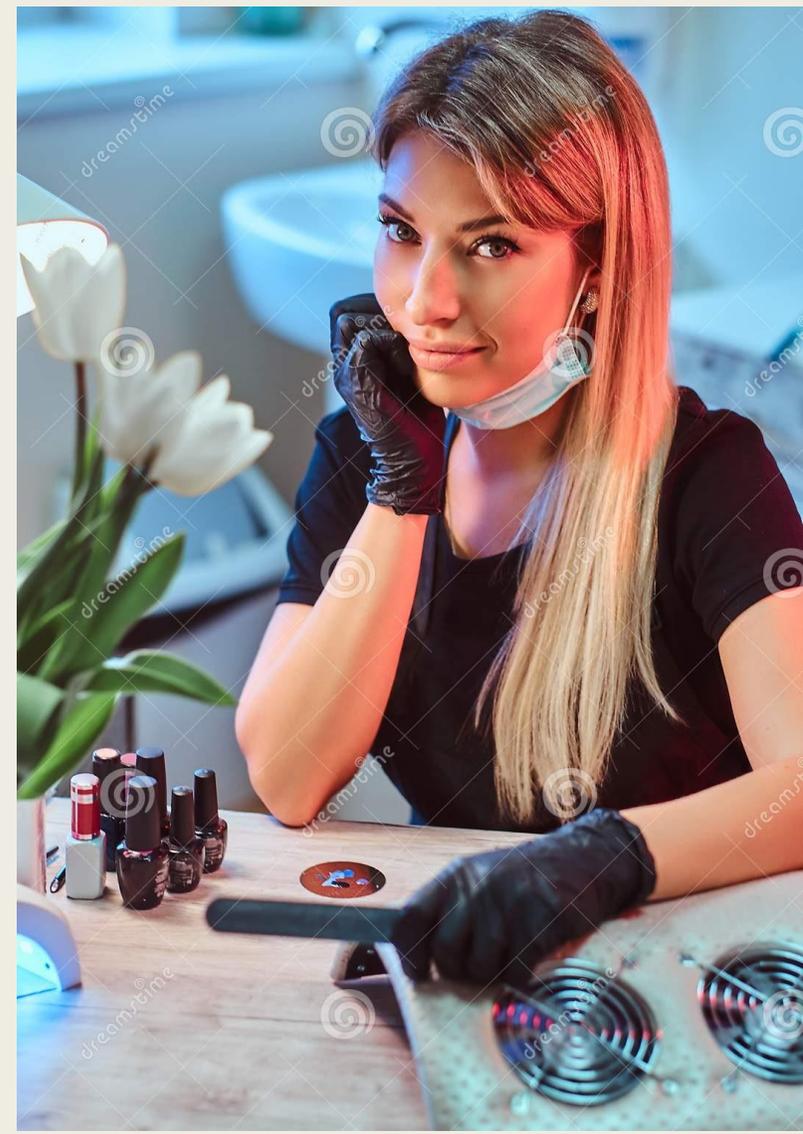
- Цель: Увеличить количество продаж, привлечь новых клиентов, сократить некомпетентных сотрудников отдела продаж
- Боль: зарплаты «продажникам»
- Мотиваторы: высокий уровень узнаваемости имени фирмы, большая прибыль
- Демотиваторы: финансовые расходы в неизвестный источник, сезонное уменьшение количества продаж



Портрет ЦА

Марина (25 лет, мастер маникюра)

- Цель: привлечение новых клиентов, расширение предоставляемых услуг
- Боль: неоправданная арендная плата, окна в записях, маленькая клиентская база
- Мотиваторы: качественный маникюр, положительные отзывы клиентов
- Демотиваторы: неоправданные расходы на материалы



Анализ конкурентов

Конкурент	Сильные стороны	Слабые стороны	Что предлагают
https://megagroup.ru/site-key	Быстро	Шаблонно	Раскрутка
https://1ps.ru/cost/site/	Быстро	Низкое качество <u>собственного</u> сайта (ошибки и баги) Нужна разработка лендинга Опишите то хотите от сайта, пожелания	Бесплатные консультации и раскрутка
https://chulakov.ru/	Красиво и качественно	Дорого	Тестирование и анализ

Язык бренда

Серьезный

Веселый



Официальный

Дружеский



Взрослый

Молодой



Сложный

Простой



Традиционный

Современный



Контент-план (для инст)

	1-я неделя	2-я неделя	3-я неделя	4-я неделя
ПН	Пост об используемых технологиях в разработке и их преимуществах	Пост с описанием необходимости услуги поддержки сайта	Пост с описанием пользы анализа трафика	Пост с описанием возможных вариаций сайта визитки, примеры дизайна
Вт	Сторис с процессом разработки	Сторис-пример из портфолио	Сторис с процессом разработки	Сторис с процессом разработки
Ср	Пост с описанием отличий сайта от лендинга и визитки	Пост с описанием этапов и сроков разработки лендинга и визитки	Пост с примером разработанного сайта по предоставлению услуг в сфере красоты	Пост с описанием преимуществ наличия сайта для среднего бизнеса
ЧТ	Сторис с примерами интеграций сторонних сервисов	Сторис с процессом разработки	Сторис с процессом дизайна	Сторис-пример из портфолио
ПТ	Сторис с процессом дизайна	Пост с описанием пользы тепловой карты	Пост с примерами основных ошибок при выборе дизайна	Пост про мета-теги и мета-данные и их влияние на рейтинг сайта в поисковике
Сб	Пост с описанием преимуществ наличия лендинга или визитки для малого бизнеса	Сторис про QR-код и его пользы для малого и среднего бизнеса	Пост с описанием возможных вариаций лендинга, примеры дизайна	Сторис с процессом дизайна
Вс	Пост о домене (доменное имя)	Пост с дизайн-примерами QR-кодов для сайтов (и бумажных визиток)	Сторис с процессом разработки	Пост с ответами на часто задаваемые вопросы

ТЕХНОЛОГИИ КОНТЕНТА ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ

АУДИТОРИИ

Социальная сеть, в которой планируется продвижение продукции для данного сегмента

Инстаграм находится на 3 позиции в России среди используемых социальных сетей. Основная целевая аудитория 18-34 с близким процентным равенством полов. Отходя от этой ЦА, социальная сеть более популярна у старшего поколения, чем у пользователей до 18 лет. Несмотря на блокировки, преданные площадке пользователи по-прежнему не видят для себя достойной альтернативы.

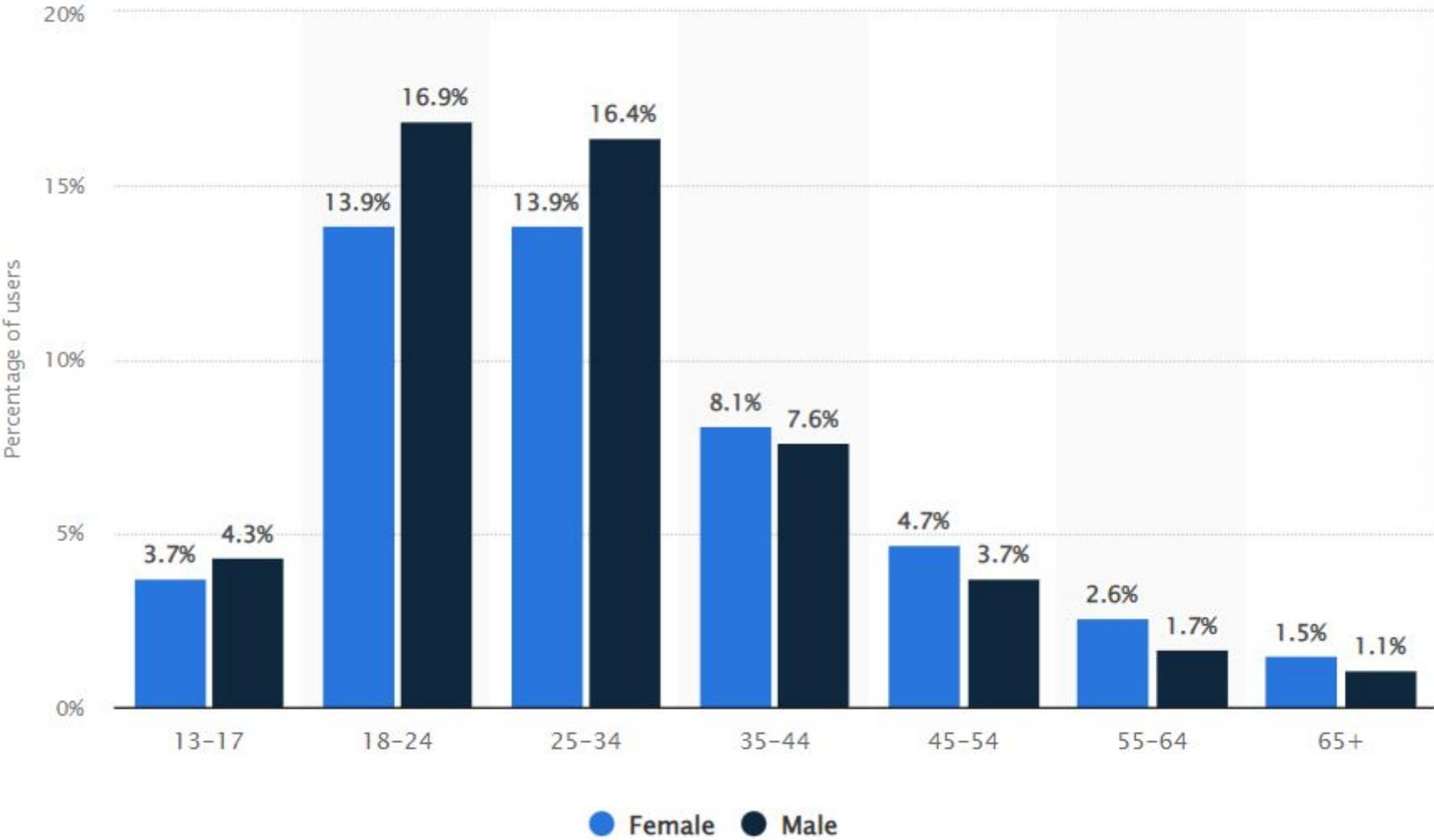
Задачи продвижения

1. Повышение узнаваемости бренда - приоритетная задача. В рамках этой задачи необходимо создать положительный образ и узнаваемость бренда среди пользователей.
2. Продажа услуг. После начала решения первой задачи, будет уместно начать развитие продажи услуг по созданию и поддержке сайтов

Типы контента, использование которых планируется для решения данных задач

Для решения первой задачи планируется использование познавательного контента, рассказывая аудитории этапы работ над созданием сайта «простым языком». Пример: Пост про мета-теги и мета-данные и их влияние на рейтинг сайта в поисковике. Данная информация поможет частично понять будущему клиенту об основных составляющих его готового продукта

Distribution of Instagram users worldwide as of January 2023



- ★
- 🔔
- ⚙️
- 🔗
- “
- 🖨️

1-й Блок сторителлинга: ГЕРОЙ

Серьезный

Веселый



Официальный

Дружеский



Взрослый

Молодой



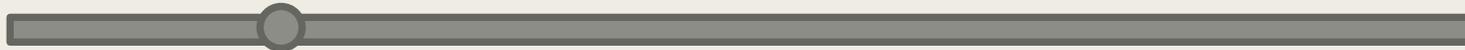
Сложный

Простой



Традиционный

Современный



(Герой-Бизнесмен)

1-й Блок сторителлинга: ГЕРОЙ

Одно из основных желаний-большой заработок с минимальной тратой времени

2-й Блок сторителлинга: Давление и проблемы

ВНЕШНИЕ ПРОБЛЕМЫ-Мне нужно больше денег

ВНУТРЕННИЕ ПРОБЛЕМЫ-Хочется обойти своих конкурентов

ФИЛОСОФСКИЕ ПРОБЛЕМЫ-Я не «айтишник» и не могу самостоятельно уследить за технологиями

2.1 Блок сторителлинга: Проводник

Сочувствие-понять, что не все люди близки к программированию и разработке, но имеют навыки использования интернета и потребления контента

Компетентность-донести клиенту «простым языком» сложные вещи, касающиеся этапов разработки его продукта. Открыто отвечать на технические вопросы, чтобы по итогу было понимание на необходимом уровне

3-й Блок сторителлинга: План

Процесс:

1-найти разработчика(менеджера), рассказать про свой продукт и ЦА. По возможности приложить примеры сайтов, которые нравятся и на функционал/дизайн которых следовало бы опираться для получения желаемого итогового продукта

2-выяснить интересующие вопросы, узнать приблизительную стоимость и сроки выполнения

(2.2)-обдумать предложение, проконсультироваться со своими коллегами

3-узнать дальнейшие действия после получения готового ПО

4-утвердить составленное ТЗ и дизайн

5-ожидать готовый продукт, отслеживая этапы разработки

Соглашение:

Демонстрация этапов разработки минимум раз в неделю, а также при реализации крупных блоков/функций

Оплата по частям (отдельно дизайн, отдельно ТЗ, отдельно 1-й этап разработки, и т.д)

Общие ценности: реализация качественного продукта, соответствующего гайдлайнам и UI/UX дизайну

Тезисно:

Герой: Бизнесмены и предприниматели

Проблема: уменьшение дохода

План: новый способ рекламы и продажи товара/услуг

Успех: Увеличение числа клиентов

ВАНЛАЙНЕР «Ваш бизнес будет развиваться самостоятельно».