

КОНТЕНТ- МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

@shugaring.room



Цели стратегии:

1. Увеличение продаж. Добиться поставленной цели помогают различные инструменты. Это и работа с неохваченной ранее целевой аудиторией, и увеличение доли на рынке за счет привлечения потребителей, выбирающих товар или услугу конкурентов.

Популяризировать новый продукт или услугу. Для достижения этой цели разрабатывают стратегию продвижения бренда, которую можно считать составной частью общей бренд-стратегии.

Формирование собственной идентичности. Кто вы? Чем отличаетесь от конкурентов? Почему покупателю стоит выбрать именно вас? Это долгосрочная цель. Но в результате собственник получает бренд, который характеризуется высокой степенью отстройки от конкурирующих фирм.



Задачи стратегии:

Всеобъемлющее исследование. Рыночная ситуация, тренды, предложения конкурентов, предпочтение покупателей. Обладая этой информацией можно составить не только актуальную карту рынка, но и прогноз на изменение ситуации.

2. Разработка эффективных инструментов, решающих основные задачи: формирование положительного имиджа, повышение лояльности потребителей, создание запоминающегося образа, который увеличит узнаваемость бренда.

3. Создание инструментов. То есть средств обеспечивающих уникальность продукта или компании, а так же их дистанцирование от конкурентов. Сюда относятся такие задачи как разработка визуальной стратегии бренда, уникального товарного предложения, правильного позиционирования и т.д.



План:



Изучение ЦА



Миссия и ценности бренда



Изучение конкурентов (анализ инфополя, контента, методов продвижения, выявление преимуществ и недостатков)



Позиционирование и у ТП бренда



Контент – стратегия



Формирование плана необходимо для реализации работ



Бренд –
Shugaring.room



Студия по
предоставлению услуг
депиляции в г. Тольятти



Открыта в 2021 г.



Работаем как сахаром
так и воском на лучших
материалах, а так же
чистим бикини от
вросших волос.
\Продаем уходовую
косметику.



Работаем без
выходных.



Философия
бренда
Ценности и
МИССИЯ

Shugaring.room – это в первую очередь о здоровье. О здоровой гладкой коже. У нас индивидуальный подход к каждому клиенту.

Это про красоту, никому не нравится волосы на теле и лице. Мы помогаем вам быть красивой без вреда для вашего здоровья. Гладкой, уверенной в себе. Мы повышаем вашу самооценку и ценность.

Мы так же заботимся о вашем домашнем уходе. У нас в студии можно купить уходовую косметику для депиляции премиум бренда Sherris.

Shugaring.room – это забота и сервис. У нас работают профессионалы своего дела. Мы заботимся о клиенте на высшем уровне и предоставляем самый лучший сервис в городе.

Позиционирование

Профессионалы (наши мастера регулярно повышают квалификацию) – нам можно доверять .

Работаем на лучших материалах в России .

Продаем косметику премиум класса.

Мы для тех кто ценит своё здоровье, время, качество и заботится о себе.

Аватар клиента - студентка

- Алина, 20 лет. В отношениях с молодым человеком. Живет в г. Тольятти.
- Доход: 7 тыс. р. в мес., от родителей. Собственного дохода нет.
- Будущий врач, ходит в автошколу, покупает одежду на WB и шоурумах. Все вещи не дорогие. Встречается с парнем, и хочет быть гладкой и красивой в зоне бикини. Алина никогда не делала депиляцию, ее боль – бритва каждый день и вросшие волосы. Ее страх – страх боли, раздеться перед незнакомыми людьми, очень стесняется – “а вдруг я пукну”, и реально ли волосы не будут расти.
- Благодаря моему блогу, она увидит, что волосы растут гораздо реже, что стесняются абсолютно все, а для нас зона бикини как рука или нога, что когда переодевается клиент, мы ждем за ширмой.
- Как ее охватить как ЦА: через инсту, ВК, авито, юлу.
- Для нее важно: низкая стоимость, легко добраться до студии, уютная и красивая студия.



Аватар клиента – средний класс

- Настя, 30 лет, замужем, детей нет, живет в Тольятти.
- Доход: 50-60 тыс. р. в мес.
- Имеет 2 высших образования, работает в банке. Изучает психологию, путешествует. Встречается с подругами в кафе/дома вкусно кушает за приятными разговорами. Иногда посещает клубы, стенд апы. Меняет студию потому что ее мастер ушел в декрет. А возвращаться к бритве – не вариант. Ее боль – найти удобную студию по расположению, где делают быстро и качественно и работают с вросшими волосами. С комфортным и приятным мастером.
- Благодаря моему блогу она узнает, что мы лечим вросшие волосы как на процедуре так и выписываем домашний уход, который у нас еще можно купить (какие-то позиции).
- Как ее охватить как ЦА: через инсту. Прислушивается к подругам, которые сарафанным радио могут донести до нее инфу.
- Для нее важно: чтобы умели работать с вросшими, парковка возле здания, уютная и красивая студия, качество работы, не тупой мастер (в плане общения).

Аватар клиента – Бизнес-women

- Агата, 40 лет, замужем, 2 детей, живет в Тольятти.
- Доход: 300 тыс. р. в мес.
- У нее свое ателье и свой магазин люксовой одежды. Очень загруженный график, часто в командировках. Отдыхает на природе, в горах и шикарных отелях. Любит читать, если на это есть время. Пришла с лазера.
- Благодаря моему блогу, она может увидеть свободные места и результаты до/после.
- Как ее охватить как ЦА: через инсту. Прислушивается к подругам, которые сарафанным радио могут донести до нее инфу.
- Для нее важно: быстро, удобное с парковкой расположение студии.



Аватар клиента – мамочка в декрете

- Ирина, 35 лет, замужем, в декрете, живет в Тольятти.
- Доход: 10 тыс. р. в мес. Мужа, и 10 тыс. р. в мес. декретных
- Выйти из дома без детей для нее счастье, делает она это крайне редко. Прийти в студию депиляции для нее – особый повод, расслабиться, и дать себе возможность почувствовать себя женщиной.
- Благодаря моему блогу, в ней появляется желание прийти к нам чтобы расслабиться и забыть о всех проблемах, отвлечься за разговором.
- Как ее охватить как ЦА: через инсту, ВК, авито, юлу. Прислушивается к подругам, которые сарафанным радио могут донести до нее инфу.
- Для нее важно: низкая стоимость, атмосфера, разговор с мастером, сервис, забота, отдых.

Анализ конкурентов

Основные конкуренты по г. Тольятти

Julia_lab_

Love_depilationdv

Alexa.kor

Katya_sheva

Evgenia_loka

SWOT- анализ

Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
Хорошая парковка	Нет зоны ожидания	Создать с Викой разный прайс	Подниму прайс - уйдёт вся база
Легко добраться на общ. транспорте	Нет мастеров на любой прайс	Пройти обучение чтобы уменьшить скорость процедуры	Поднимем прайс , а скорость будет страдать – уйдут клиенты
Работаем сахаром и воском	Слишком низкий прайс	Поднять прайс	
Есть чай	Не делаем быстро	Купить кофе машину	
Делаем качественно	Нет кофе	Создать именные стаканы	
Лечим вросшие	Нет красивой упаковки для дом. ухода	Создать лидмагнит	
Услуга (чистка бикини)	Нет лидмагнита	Активно вести инстаграм	
Красивая студия	Не снимаем рилс		
Продаём уходовую косметику	Не выкладываем посты		
Выписываем дом. уход	Нет именных стаканов		



Уникальное
торговое
предложение

- Для новых посетителей, зона подмышек в подарок



Лояльность и
клиентоориентированность

7-я процедура по карте клиента со скидкой 50%

Скидка 5% за фото в зеркале в студии и отметку shugaring.room в своих социальных сетях

«Приведи подругу» скидка 5% за рекомендацию нашей студии



МОТИВАЦИЯ — «КУПИ»

Я устала резать
себя бритвой

Я не хочу
бриться каждый
день

Я не могу ходить
с вросшими
волосами

Я не могу
достать бритвой
в зоне бикини в
сложных местах

Я устала от
раздражения



Социальные сети

Instagram (основная красивая
площадка, лицо бренда)

Telegram (узнают о свободных местах,
хотя я его забросила)

VK (дублирование Instagram: посты и
сторис)

Авито (объявление о процедуре)

Юла (объявление о процедуре)



Instagram

Посты

Будет рубрикатор с определенным планом на неделю:

- Продающий контент (призыв к покупке)
- Экспертный контент (процесс, до/после, стерилизация)
- Полезный контент (что нельзя/ можно , косметика)

Stories

Замыкают воронку по постам. Какой пост, о том же примерно и сторис, чтобы закрыть воронку.

Первая сторис всегда – welcome (доброе утро, что на завтрак, как погода и.т.д) Далее по контент плану

Прощаемся с аудиторией до завтра.

Рилсы по болям , интересам.



ТОНЕ OF VOICE

Это голос бренда. Он может быть любим, и делает стиль коммуникации компании характерным и узнаваемым.



Транслирование через тексты ценности бренда.



Проблема = решение. Знать причину, по которой ЦА пользуется услугами депиляции и решать их.



Продвижение

- Блогеры
- Флаеры
- Таргет ВК
- Рилсы
- Хаштеги
- Конкурсы и гивы
- Посев комментариев
- Обмен аудит. С коллегами похожей ЦА
- Авито
- Юла
- Геометки
- Спа салоны, студии загара, ТЦ, фитнес клубы

Визуальная составляющая

- ❑ Транслирование (красоты студии, деталей, чистоты)
- ❑ Транслирование (мастеров, качества)
- ❑ Транслирование (процесса, до/после, стерилизации)
- ❑ Транслирование (косметики, упаковки)
- ❑ Транслирование (экспертности, лайфхаков)
- ❑ Транслирование (женского силуэта, форм)









“Фишки” бренда

- Чай с собой
- 7-я процедура по карте клиента со скидкой 50%
- Услуга “Чистка бикини”, в которую входит маска и пилинг
- Продажа лучшей в России косметики для депиляции