

План продвижения

для

студии йоги материал

1-й
мес

2-й
мес

3-й
мес

4-й
мес

5-й
мес

6-й
мес

Знание и интерес

Рассмотрение и стимулирование покупки

Возврат и лояльность

Основная «фишка» студии (USP) — метод Jivamukti, который в России мало известен. Студия запускает онлайн-занятия и хочет стимулировать спрос на онлайн направление.



Краткий анализ категории

Актуальность

Актуально особенно для людей работающих из дома, домохозяек и во время изоляции (как и для клиентов не желающих лишний раз пересекаться с людьми)

Востребованность

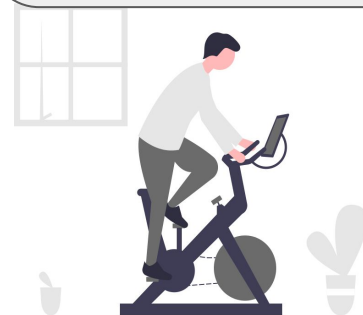
Большая востребованность, - многие переехали за город, страх заболеть, удобство (не выходя из дома). Позднее большинство перешло в онлайн.

Потребительское отношение

"Согласно данным Nielsen основные тренды изменения потребительских предпочтений связаны с усиленной заботой о здоровье и гигиене, а также явно прослеживается сдвиг в сторону онлайн-канала."

Основные конкуренты

- Онлайн школы йоги
- Тренеры блогеры
- приложения
- видео на ютубе
- Спорт залы (2-ой круг



Целевая аудитория

Женщины

- 18-50 лет
- Доход от 75 т.р.
- Проживающие в Москве, Спб и их областях
- Творческие и креативные профессии, домохозяйки, мамы с детьми.
- Интересуются в интернете здоровым образом жизни и саморазвитием, новыми трендами, правильным питанием
- Цифровой след

Мужчины

- 25-40 лет
- Доход от 75 т.р.
- Проживающие в Москве, Спб и их областях
- Творческие и креативные профессии, топ-менеджеры.
- Интересуются в интернете здоровым образом жизни и саморазвитием, новыми трендами, правильным питанием
- Цифровой след

А так же смотреть какие категории приходят на сайт, чтобы скорректировать портрет аудитории.

Охват и знание

1-й мес

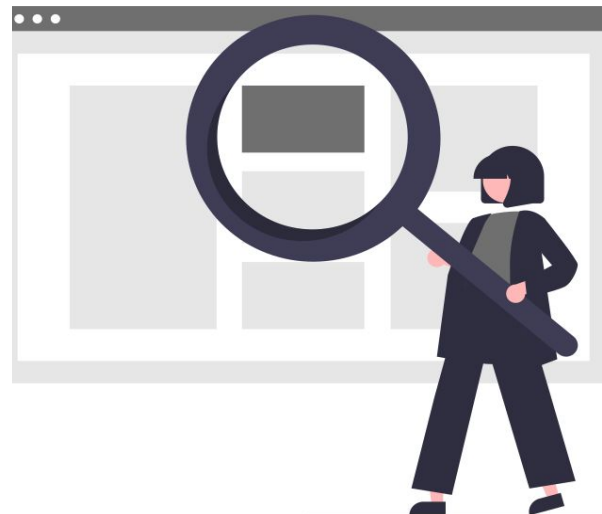
2-й мес

3-й мес

Баннерная реклама: Уникальная практика йоги Jivamukti, теперь и онлайн. Урок 500 рублей

Видео спецпроекты (при возможности) в ютуб и инстаграм, показы на основе знания о пользователе, На основе ключей и тематики контента.

Реклама в соцсетях.
Интеграция со блогерами в смежных областях.



Рассмотрение

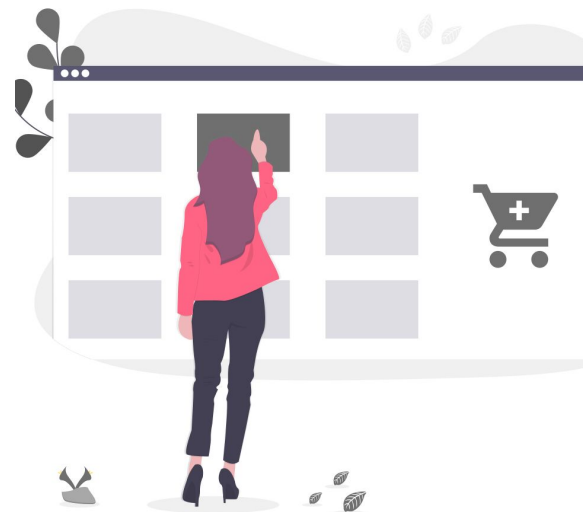
2-й мес

3-й мес

4-й мес

5-й мес

- Поисковая реклама по ключевым запросам
- SMM
- Сторис с заполнением инфо
- Native Ads
- Кросс продажи
- Коллаборация с блогерами
- Бонусы за активацию
- Email



Возврат и лояльность

4-й мес

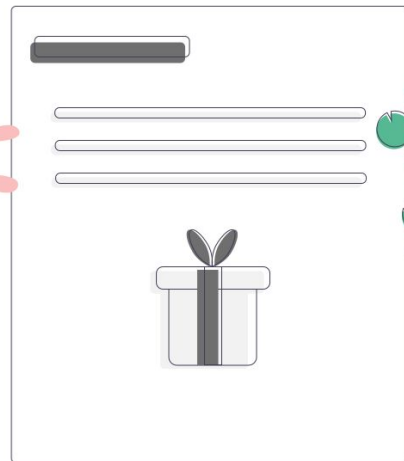
5-й мес

6-й мес

Email

SMM (Фото и видео, посты и сторис)

CRM. Личные звонки и
персональные предложения.



KPI

Поиск, баннеры

- Impression
- Reach
- Action
- CPC
- BR

Youtube

- VTR
- CTR
- CR
- VR
- CPV
- CPU

Instagram, SMM

- VTR
- CTR
- CR
- VR
- CPV
- CPU
- CRR
- Sticky factor

Email, CRM

- Churn rate
- RR
- RV
- RPV
- ARPU
- LTV
- AOV

Будет отлично, если ссылки по рекламной кампании будут вести на отдельный лендинг и на нем считать метрики.

