**1. Цель проекта**

Создание онлайн платформы, позволяющей пользователям легко и удобно получать доступ к литературе с уникальными возможностями для обмена книгами и взаимодействия с другими читателями. Это будет способствовать формированию сообщества активных читателей и развитию культуры чтения.

**2. Корпоративная стратегия**

Глобальная цель: К 2030 году достичь 1 миллиона пользователей и занять 20% рынка онлайн-библиотек. Для этого потребуется:

* Создание обширной библиотеки книг и контента, адаптированного под различные аудитории.
* Реализация моделей подписки и дополнительных услуг, позволяющих устойчиво расти доходам (приблизительно 40% годовых).
* Проведение исследований для удовлетворения потребностей и предпочтений пользователей.

**3. Привлечение внимания**

Создание ассоциаций с высококачественной литературой и активной культурой чтения через имена известных авторов и литературных критиков. Разработка креативных рекламных кампаний с запоминающимися слоганами, например: «Погрузись в мир книг с Fahrenheit – начни свой литературный путь!»

Сотрудничество с влиятельными книжными блогерами для формирования положительного имиджа платформы и привлечение их аудитории.

**4. Маркетинговая стратегия**

Целевая аудитория: Три основных сегмента:

* Активные читатели (25-45 лет): Основная целевая группа, использующая платформу для чтения и обмена книгами.
* Студенты и преподаватели: Специальные предложения и скидки для учебных заведений, работающие на совместный доступ к учебной литературе.
* Начинающие авторы и книжные блогеры: Платформа создаст возможности для самовыражения и обмена контентом, вовлекая их в акции и конкурсы.

Позиционирование: Поддержание концепции «Fahrenheit - твоя открытая библиотека», подчеркивая возможность не только читать, но и делиться книгами и опытом с другими пользователями.

**5. Стратегия маркетинговых коммуникаций**

Уникальное позиционирование: Платформа будет ассоциироваться с высокими технологиями и инновациями в мире литературы.

Контент-кампании:

* Запуск видеороликов: Создать видеосерии, рассказывающие истории успешных читателей и авторов, которые делятся своими впечатлениями о платформе и рекомендуют книги.
* Инфографика: Разработка информативных графиков, демонстрирующих, как пользователи активно используют платформу, какие книги наиболее популярны и т.д.
* Работа с блогерами: Заключение контрактов с известными книжными блогерами для создания разнообразного контента, который повысит доверие к платформе и привлечёт новую аудиторию.
* Сотрудничество с образовательными учреждениями: Разработка специальных программ для студентов и преподавателей, создание учебных сообществ и поддержки для университетов и колледжей.

Вовлечение лидеров мнений:

* Сотрудничество с видными литературными деятелями и распространение их рекомендаций через различные каналы.
* Участие в подкастах и статьях о книгах и чтении с упоминанием платформы.
* Создание совместных инициатив с писательскими ассоциациями для организации конкурсов, семинаров и мероприятий.

**6. Этапы реализации маркетинговой стратегии**

Анализ: Проведение опросов и фокус-групп среди пользователей для выявления наиболее востребованных функций и предпочтений; анализ конкурентной среды.

Планирование: Установить цели на первый год, направленные на привлечение 100,000 пользователей и увеличение осведомленности о платформе на 20%. Эти цели будут поддерживаться креативными маркетинговыми кампаниями.

Каналы продвижения: Использование различных каналов для охвата целевой аудитории:

* Социальные сети: Реклама и контент (посты, истории, конкурсы и челленджи) в таких платформах, как ВКонтакте, Telegram, и YouTube.
* Оффлайн-мероприятия: Участие в книжных выставках и фестивалях для демонстрации возможностей платформы и привлечения новых пользователей.

**7. Реализация маркетинговой стратегии**

Активное использование социальных сетей для публикации привлекательного контента: посты о новых книгах, источниках вдохновения, литературных новинках и интересных фактах.

Запуск челленджей для пользователей, например: «Поделись любимой книгой из Fahrenheit!» с акциями и призами.

Организация вебинаров и мастер-классов по литературному творчеству, чтению и управлению финансами для привлечения аудитории.

**8. Контроль и оценка**

Постоянный мониторинг ключевых показателей: количество регистраций, вовлеченность пользователей, уровень активных клиентов и увеличение количества рекомендуемых пользователей.

Оценка обратной связи от пользователей для постоянного улучшения платформы (UX/UI) и функционала.

Недели и месяцы анализа будет способствовать гибкой адаптации маркетинговой стратегии, позволяющей реагировать на изменения в предпочтениях пользователей и тенденциях на рынке.