### **Pravda ST - Финален план за ребрандиране (Версия 2.0)**

#### **Фаза 1: Основи на бранда (Вътрешна дефиниция и подравняване)**

Това е ядрото на вашата идентичност. Всичко, което правите, трябва да произтича оттук.

**Стъпка 1.1: Финално бранд позициониране.**

* **Кои сме ние:** „Pravdast е консултантска компания, чийто подход е **бизнес инженеринг**. Ние помагаме на собственици на утвърдени български фирми да спрат да губят пари от неефективни процеси. Ние не сме поредната маркетинг агенция. Ние прилагаме системна, инженерна мисъл, за да изграждаме процеси, които работят. Резултатът е повече контрол, предвидими приходи и ясна възвръщаемост на всяка инвестиция.“

**Стъпка 1.2: Нашият език (Официален речник).**

* **Избягваме:** „Маркетинг“, „Реклама“, „Бранд билдинг“, „SEO“, „ROI“, „Кампании“
* **Използваме:** „Системи за растеж“, „Привличане на клиенти“, „Изграждане на пазарен авторитет“, „Възвръщаемост на инвестицията“, „Мултипликатор на инвестицията“

**Стъпка 1.3: Архитектура на решенията (Продуктовата структура).**

* **SEO Struktor™: Нашата система за онлайн доминация.**
  + **Предназначение:** Изгражда вашето онлайн присъствие като „крепост“. Чрез прецизна структура на сайта (Pagekraft™) и съдържание, което отговаря на въпросите на клиентите, ние ви превръщаме в авторитета, който Google показва на първо място.
* **Trendlab™: Нашата система за създаване на въздействащо съдържание.**
  + **Предназначение:** Създава „горивото“ за вашия растеж. Продуцира видеа, статии и визуални материали, които разказват вашата история, демонстрират експертиза и изграждат общност около вашия бранд.
* **Clickstarter™: Нашата система за ускорен растеж.**
  + **Предназначение:** Когато имате нужда от бързи и предвидими резултати, тази система използва платени канали, за да постави вашето послание директно пред идеалните ви клиенти – в точния момент.
* **Clientomat™: Нашата система за автоматизирани връзки с клиенти.**
  + **Предназначение:** Изгражда автоматизиран процес, който превръща проявилия интерес посетител в лоялен клиент. Поддържа връзката и насочва към продажба, без да изисква вашето време (Sellpilot™).

**Стъпка 1.4: Библиотека с ключови послания.**

* „Превръщаме разходите за реклама от хазарт в сигурна инвестиция.“
* „Даваме ви система за контрол върху растежа.“
* „Скептични към маркетинга? И ние също. Затова практикуваме бизнес инженеринг.“

**Стъпка 1.5: Визуална идентичност.**

* **Стил:** „Инженерен схематизъм“ – изчистен, структуриран, функционален.
* **Палитра:** Черно/Тъмно сиво, Жълто и Бяло.
* **Икони:** 2D схематични икони в стил "line art", наподобяващи технически чертеж.

#### **Фаза 2: Имплементация в дигиталните активи**

Прилагаме дефинирания бранд върху вашите онлайн канали, започвайки от най-важния.

**Стъпка 2.1: Преработка на уебсайта.**

* **Заглавие на началната страница:** „Спрете да залагате на маркетинг. Започнете да проектирате растеж.“
* **Подзаглавие:** „Ние изграждаме системи, които ви носят контрол, предвидими приходи и вашето време обратно.“
* **Структура:** Началната страница е изградена от 6-те основни раздела, които дефинирахме, включително интерактивния "Акордеон" модул за системите и "Стената на доверието".

**Стъпка 2.2: Актуализиране на казуса „Бачо Илия“.**

* **Действие:** Пренапишете казуса, за да бъде перфектният пример за вашия подход. Разкажете го като история за решаване на проблем чрез система, като наблегнете на конкретните, етично представени метрики (+243% ръст на аудитория, ~70% ръст на запитвания).

**Стъпка 2.3: Подравняване на всички профили.**

* **Действие:** Актуализирайте LinkedIn и другите професионални профили. Длъжностите трябва да са **„Консултант по системи за растеж“** или **„Бизнес системен анализатор“**, а не „Маркетинг експерт“.

#### **Фаза 3: Пазарно изпълнение и изграждане на авторитет**

Проектираме новия бранд към пазара, за да изградим доверие и да привлечем правилните клиенти.

**Стъпка 3.1: Създаване на експертно съдържание.**

* **Действие:** Започнете да пишете и публикувате статии по теми, които вълнуват вашата аудитория.
* **Примерни теми:** „Как да превърнете разходите за растеж от риск в сигурна инвестиция?“, „Защо вашият бизнес се нуждае от инжeнер на растежа, а не от маркетинг мениджър“.
* **Целеви медии:** Списание Инженеринг Ревю, Списание ЛОГИСТИКА, Capital, Forbes.

**Стъпка 3.2: Подготовка на търговски материали.**

* **Действие:** Актуализирайте всички презентации, оферти и брошури. Те трябва да са изчистени, да използват новата терминология и да се фокусират върху финансовите ползи и възвръщаемостта.

**Стъпка 3.3: Участие в събития и изграждане на връзки.**

* **Действие:** Посещавайте ключовите браншови събития (International Technical Fair, Logistics Business Conference и др.), за да изграждате лични контакти. Вашата цел там не е да продавате, а да слушате, да разбирате проблемите и да изграждате доверие.