

Бриф

1. Название проекта, адрес сайта, контактное лицо, телефон и email.

Шевченко Валерия, 050-046-50-17, shevchenko.valleri@gmail.com

2. Какие продукты будем рекламировать. Средний чек по данному продукту.

основной продукт Prizma Club - <https://prizma.club> Но клиентов заводим через точечные встречи и отдельные лендинги, например ленд на мартовскую встречу <https://meeting.prizma.club/march> Средний чек услуги (человека на отдельную встречу) - \$540/мес Средний чек (когда он становится резидентом) - \$4900/год Остальные продукты будем рекламировать если хорошо обкатаем все с клубом.

3. Целевая аудитория Вашего проекта. Основные сегменты. География, возраст, пол, платежеспособность.

Предприниматели, собственники малого и среднего бизнеса с опытом в бизнесе от 3х лет и оборотом бизнеса от \$1 млн в год. 83% мужчины. Боли: Финансовый потолок. Прибыль увеличилась только до определенного предела. Нет понимания, как увеличивать доход. Или уверенность, что это невозможно сделать. Стагнация. Человек попал в зону комфорта и остановился в развитии. Новые знания не привлекают и не интересуют. Окружение тянет вниз. Друзья и знакомые провоцируют отсутствие развития, формирование вредных привычек, деструктивного мышления. Трудности в бизнесе. Постоянные ямы заставляют опустить руки. Стрессовые ситуации ведут к желанию бросить все. Отсутствие видения, куда двигаться дальше. Кажется, что нет возможности и инструментов для улучшения результатов в бизнесе и жизни.

4. Основные конкуренты (2-3) внутри вашего рынка.

1) <https://holders.club> Клуб предпринимателей Холдерс 2) <https://anklav.club/> Анклав (создан выходцами нашего клуба) 3) <http://ybc-club.com/about> - YOUNG BUSINESS CLUB

5. Ваши основные, реальные преимущества над конкурентами.

<https://holders.club> Клуб предпринимателей Холдерс НАШЕ ПРЕИМУЩЕСТВО: Средний годовой оборот наших резидентов значительно выше, у Холдерсон - \$2,5 млн/год, у нас \$8 млн в год. Люди у нас чуть моложе, средний возраст у них 39, у нас 37. У Холдерс заявлено 150+ резидентов клуба. у нас же напротив - идет ограничение для сохранения камерности и доверительных отношений внутри клуба. МЫ идем не за количеством, а за качеством резидентов внутри Prizma Club. Чтобы стать резидентом клуба Холдерс достаточно подать заявку, пройти собеседование с экспертом и Куницким (главой клуба), что не дает полного понимания о человеке. У нас же и гостевой визит, и служба безопасности и отзывы других резидентов, что дает более качественный подход и отбор резидентов <http://ybc-club.com/about> -

YOUNG BUSINESS CLUB НАШЕ ПРЕИМУЩЕСТВО: Резиденту клуба из средним годовым оборотом от 100 тыс долл в год, что значительно ниже нашего. У нас аудитория куда выше. Количество участников 1100+ , что дает ощущения больше конференции, а не камерности и семейности. При таком количестве очень сложно быть открытым. Аудитория исключительно до 45 лет, что значительно уменьшает возможность познакомиться с предпринимателя более высокого уровня, с более осознанными и другими ценностями жизни и бизнеса. У них акцент больше на кол-во встреч, а не на качество. Есть разделение на подклубы “по интересам”. По отзывам многих резидентов, которые состояли в Янге или посещали их встречи - аудитория значительно слабее чем Prizma Club.

6. Если у Вас есть сайт и стоит Google Analytics, предоставьте доступ на почту analytics@smmstudio.com

сделаю

7. Предоставьте доступ к Facebook Business Manager (куда интегрирована бизнес-страница и рекламный аккаунт, карта). Доступ на уровне администратора. ID компании-партнёра SMMSTUDIO для предоставления доступа — 1389865884503337

ГОТОВО

8. Опишите вашу маркетинговую воронку (как происходит знакомство с компанией и покупка).

1) Лид форма: человек видит рекламу в соц сетях, открывает, автоматически заполняются поля с фб и отправляется заявка. Менеджер набирает и в ходе беседы определяет ЦА он или нет, делает оффер: (приглашает на первую гостевую встречу (платно). Дальше человек приходи на встречу, знакомится с клубом и принимает решение о вступлении. 2) Ленд: Человек видит рекламу, переходит , попадает на лендинг конкретной встречи, изучает инфу и оставляет заявку (свои данные). Далее менеджер набирает его и все по аналогии с пунктом 1. 3) НА сайт клуба рекламу не пускаем, тестировали с разными подрядчиками, лид слишком дорогой и почти нет оставленных заявок.

9. Финансовые вопросы запуска:

— сколько заявок (обращений) в месяц получаете сейчас по всем каналам;

— стоимость заявки сейчас;

— сколько заявок Вы хотели бы получать в месяц;

— по какой цене Вы хотели бы получать заявки;

— рекламный бюджет на день (не менее \$10 на одно направление).

1) Кол-во заявок разная, зависит от наших целей. Например на январь было 200, получили 216, на февраль в планах 400. 2) До января стоимость заявки была \$7, в январе \$14,9 3) По цене не выше 10 долл, кол-во зависит от наших планов. 4) РК зависит от стоимости, не выше 250 долл, в среднем 150 долл в день на все направление, распределение между направлениями - регулируете сами.

10. Вставьте ссылку на облако, где загружен ваш логотип/брендбук/фотографии/видео для запуска проекта (то, что по Вашему мнению нам может понадобиться).

1) Логотип :

<https://drive.google.com/drive/folders/11dH9DPVlPNTgncBXALo3W-cCAySASYP?usp=sharing> . Но тут лучше брать черный и золотой цвет. 2) Бренд бук: Шрифты У лого: Brown (у него нет кириллицы) У заголовков на сайте: Halvar Mittel У описания: Open Sans Цвета: Тёмно-серый - 2B2E31 Золотой - FFBB87 3) Фото за прошлый год

<https://drive.google.com/drive/folders/1KgbnFgsrO4-Tkr0nNfIDuclxtSrb4CMy?usp=sharing> 4) Видео

- Харьков https://youtu.be/S_i0fVAuWAo - Секретная встреча https://youtu.be/4a99kVWB_fc -

Экскурсия в компанию https://youtu.be/v_yIna1qci0 - Слет в Буковели

<https://youtu.be/Ui365IPQCQw> Отзывы: <https://youtu.be/ph0ieirD4FQ>

<https://youtu.be/V0NnZQeaaYs> <https://youtu.be/9Jhhn0Ni9pM> <https://youtu.be/6RUXBmZ5TS4>

11. Дополнительная информация.

не использовать слово ЗАКРЫТЫЙ клуб предпринимателей. Призма клуб - базируется на 3 китах: - бизнес - окружение - эмоции То что мы и наши клиенты (их желания) вкладывают в эти слова собрано в таблицу

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1jp4T7qYCiPrSzcNOLMtET2eELcsfT-S9qdKnu6-JbcE/edit?usp=sharing> . Можно/нужно использовать эти фразы для усиления. Также есть методичка по

продукту с основным описание продукта

https://docs.google.com/document/d/1f5hoNCoyVofJ4j72d5jce59KOE5A-b77UOQ7Qa_6zTc/edit?usp=sharing