



Стратегия Интернет-маркетинга



Домашнее задание:



SWOT-анализ своего проекта

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none">1. Оптимальная цена2. Большие порции3. Высокое качество4. Большой объем при заказе5. Удобный интерфейс для заказа6. Хороший сервис	<ol style="list-style-type: none">1. Сроки доставки2. Стартап3. Незнание рынка4. Неосведомленность
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none">1. Быстрая доставка при увеличении продажа2. Новинки	<ol style="list-style-type: none">1. Сильный конкурент2. Рефинансирования3. Экономический кризис

Выводы исходя из SWOT-анализа

- Анализ рынка
- Customer development
- Запускать с MVP, и улучшить постепенно.
- Отвечать за качество
- Создать хорошая воронка продаж

Интерактив

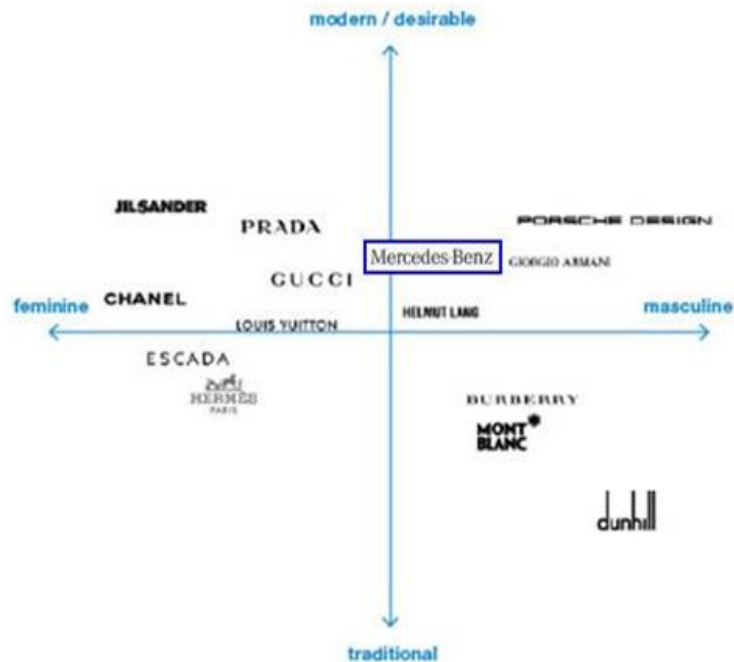
Давайте выберем для каждого проекта один аватар и попробуем ответить на основные вопросы:

1. Имя; - **Александр**
2. Пол; - **муж**
3. Возраст; - **34**
4. Семейное положение; - **женат**
5. Наличие/отсутствие детей; - **есть двое детей**
6. Описание второй половины (при наличии); - **Работает удаленно воспитывая детей.**
7. Место проживания (желательно город, район); - Кемерово
8. Род занятий; - **Работает в офисе**
9. Доход (личный и семейный); - **45тыс. р**
10. Социальный статус; -
11. Кто в семье принимает решения (в случае наличия семьи); - Он
12. Образование; - **Высшее**
13. Самая большая неудовлетворенность в жизни этого клиента; - **Нет времени, не успеет на свои планы/семья**
14. Шаги, которые он принимает чтобы устранить неудовлетворенность; - **Тайм менеджмент**
15. Самый большой страх клиента, возникающий при мысли о покупке вашего продукта (желательно расписать их как можно подробнее); - **Не качественный продукт, долгая доставка**
16. Что его раздражает, сердит и что делает его недовольным; -
17. Самая большая мечта вашего клиента; - **Свой бизнес, увеличить доход. Уделять побольше время для семье**
18. Что для него ценно и важно. **Карьера, семья**

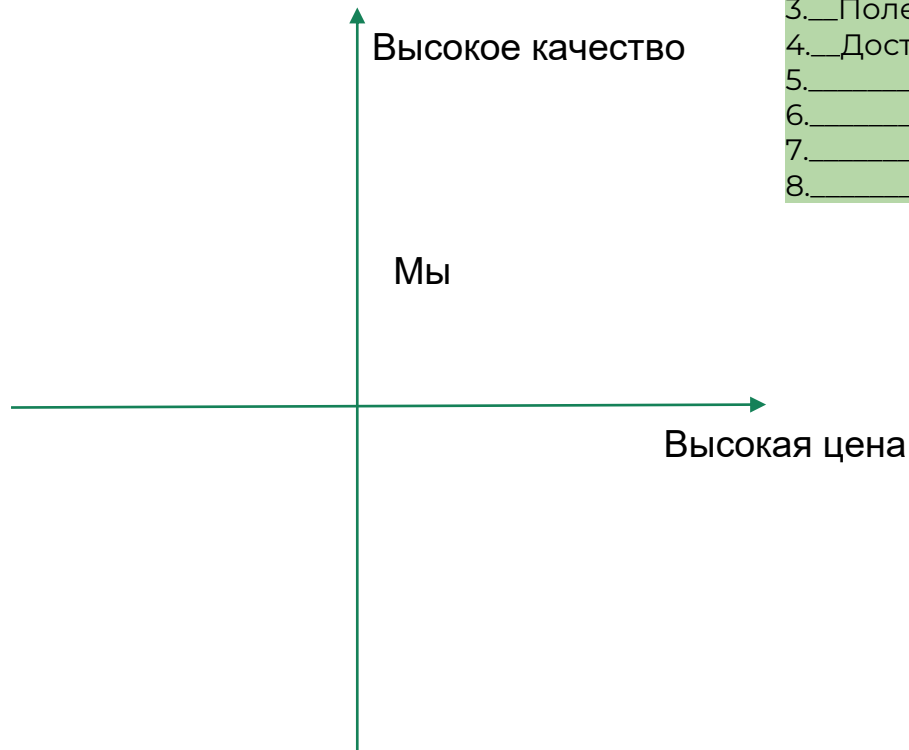
Сегментация по типу проекта Доставка продуктов и еды

	Ядро аудитории – Доставка еды	Сегмент 1 – Доставка продуктов	Сегмент 2 - Самовывоз
Что?	Еды восточной кухни	Продукты для полезного питания	Еда и продуктов
Кто покупает?	Мужчины, 26-35 лет, Житель г. Кемерово, Работает в офисе, удаленная Доход – 40-50 тыс.	Женщины, 29-47 лет, г. Кемерово, Работает в офисе, домохозяйка, ЗОЖник. Доход – 35-50 тыс.	Работники в офисе. Студенты. Семейные люди.
Почему?	Любить восточные еды, большие порции, вкусные, оптимальная цена.	Она ведет здоровое образ жизни, кушает только полезные продукты.	Самому удобно быстро заказать и взять. Есть время. Очень голоден, не может ждать доставку.
Когда?	Когда хочет кушать, во время обеда и ужина. Когда у него есть гости.	Несколько раз заболела, и больше не хочет болеть. Начала ЗОЖ. После рекомендации врачей/друзья.	После работы, во время перерыва
Где?	Приложение, сайт	Приложение, сайт	Пункт самовывоза
Страхи?	Холодная еда, не качественная, Долгая доставка	Не качественные продукты, есть добавки/консерванты/красители	Качество, высокая цена
Интересы?	Восточная кухня, тренировка, спорт, машины, туры, воспитание детей,	Уход за собой, модные тренды, красота, фитнес.	Учеба, работа, карьера, семья.

Позиционирование



Карта позиционирования:



Важные параметры для клиентов для карты позиционирования:

1. __Цена – не очень высокая__
2. __Большие порции__
3. __Полезные продукты__
4. __Доставка средняя__
5. __
6. __
7. __
8. __

Позиционирование категории

подпишите концепцию позиционирования товара одним предложением, используя следующие обороты:

- «самый лучший в..»
- «лидерство в решении....»
- «единственный, кто...»
- «в отличие от всех других товаров, наш товар»

__Самый лучший в доставка еды восточной кухни с большими порциями за не очень высокую цену__

Параметр 1 __Качество__ Высокое__

Параметр 2 __Цена__ Чуть ниже высокая__

МЕТОДОЛОГИЯ ТРЕКИНГА

Мы, компания **Доставка продуктов и еды**,
помогаем клиентам типа **работники и**
семейные люди в ситуации **когда хочет**
кушать решать проблему **голода** с
помощью технологии **Доставки** и получать
ценность **качество и большие порции**.

Брифинг

- **Бизнес-цель компании:**
 - **Знание и возврат клиентов**
- **Какой общий бюджет на выполнение задачи**
 - **Около 1 миллиона рублей**
- **Какие сроки: от 1 месяц до 3-4 месяца**
- **От 1 до 3 ключевых действий, которые должны делать потребители.**
 - **Посещение платформы / сайт/приложение**
 - **Просмотр**
 - **Покупка**
 - **Повторная покупка**

Дополнительно

Как сейчас идут продажи - какие основные товары, откуда и как идут лиды

Какие продукты продаются быстро, к каким продуктам нужно подогревать

На что клиенты обращают внимание перед покупкой - что для них важно

Какие методы стимулирования продаж доступны интернет-маркетологу - скидки, акции, купоны, спецпредложения.

Шаг 3 (Задачи) - Измеримы.

- Конкретность. Над каким именно показателем вы планируете работать в рамках заданной цели?
- Измеримость. Как вы планируете оценивать эффективность? Будет ли она контролироваться посредством количественного или качественного анализа?
- Достижимость.
- Ограничение по времени.

Задача 1. Увеличить на 50% количество существующих клиентов, обслуживаемых с помощью интернет-магазина к июлю 2020 года.

Задача 2. Повысить узнаваемость бренда в период с апреля 2020 года по июль 2020 года.

Как продвигаемся и почему?

Матрица ключевых сообщений

Сдуется - гарантия 7 дней

Некрасивые фото - придет фотограф