

Стратегия продвижения
мебельного салона
«Турксиб»

1. Введение
2. Описание ЦА
3. Позиционирование, имидж, бренд
4. Анализ конкурентов
5. Проведение предварительного анализа текущей ситуации клиента
6. Цели и задачи по продвижению
7. Виды продвижения, рекомендуемые для бизнеса
8. Показатели и критерии роста
9. Предварительное определение бюджета
10. Выводы

Введение

Мебельный салон «Турксиб» был открыт в 2016 году в г. Алматы.

В салоне представлена жилая мебель от ведущих фабрик России, Малайзии, Беларуси, Китая и Казахстана.

Ценовой сегмент – от эконом-класса до средний плюс.

В мебельном салоне большой ассортимент спален, мягкой мебели, столов и стульев, мебели для гостиных, прихожих и детских комнат.

Клиентам предлагается бесплатная доставка и сборка по городу.

Описание ЦА

Сегмент № 1 (75% от ЦА)

Пол	Возраст	Доход в месяц	Где работают	Хобби / Увлечения	Чего боятся по продукту	Чего боятся по жизни	О чем мечтают по продукту	О чем мечтают по жизни	Где их искать	Почему они не купят прямо сейчас (их возражения)
Женщины	35-55 лет	100-150 тыс.тенге (20-30 тыс.рублей)	наемные сотрудники	Книги, разговоры по телефону, соц.сети, акции	1)Боятся, что потом найдут дешевле, 2) Боятся, что в доме мебель будет выглядеть по-другому, 3) Боятся, что их обманут и не привезут мебель, 4) Боятся, что не понравится родным и близким, 5) Боятся, что не понравится качество во время эксплуатации	1) Боятся девальвации, 2) Боятся потерять работу, 3) Боятся, что их мужа останутся без работы, 4) Боятся, что дети, повзрослев, не оправдают их ожиданий, 5) Боятся осуждения мужа	1) Мечтают, что мебель будет служить им вечно, 2) Мечтают об акции или больших скидках, 3) Мечтают купить очень дешево и очень качественно	1) Мечтают зарабатывать больше, 2) Мечтают купить дом, чтобы детям было, где играть, 3) Мечтают о будущем детей	1) Соц.сети - группы о семье и детях, 2) Сайты, связанные с работой, 3) Сайты, связанные с увлечениями - дизайн, красота	1) Дорого, ждут скидок, 2) Ждут з/п, премию и т.д., 3) Не могут определиться с моделью или цветом, 4) Идут замерить комнату, 5) Хотят привезти мужа/маму/подругу, чтобы узнать их мнение

Позиционирование, имидж, бренд

УТП

Нужна новая мебель, денег катастрофически не хватает?

В нашем мебельном салоне "Турксиб" Вы можете приобрести жилую мебель с отсрочкой платежа.

Без банков, без комиссий, переплат и пенсионных отчислений!

Воспользуйтесь уникальной возможностью приобрести сейчас, а платить потом!

Слоган

«Мебель для тех, кто Вам дорог»

Логотип



Анализ конкурентов

Проект	Чем занимаются	Сайт	Размер базы	Минусы	Плюсы	Рекомендации к внедрению
1) Евромбель	Розничная торговля российской и украинской жилой мебелью	https://euromebel.kz	Органическая реклама - 80%. Поиск - 70%, Direct - 15%, Соц.сети - 4% (из них - Одноклассники 74%, ВК 12%, Инстаграм - 7%, Youtube 6%)	1) Несоответствие блоков (например, внутри блока "Прихожие" находятся диваны). 2) Некоторые блоки пустые (внутри блока мебели нет). 3) Ссылка "Вопросы и ответы" выдает ошибку. 4) Одна и та же информация указана на сайте дважды - в верхней части сайта и нижней	1) Карусель со скидками. 2) Сеть магазинов есть в большинстве городов страны. 3) Единый call-центр по всему Казахстану. 4) Актуальный раздел с вакансиями	1) Добавить на наш сайт раздел с вакансиями. 2) Добавить на сайт кликабельные кнопки - переход на наши станции в соц.сетях. 3) Добавить раздел с видеобзорами
2) Алматинская мебельная фабрика	Производство и розничная продажа жилой и офисной мебели	http://amfactory.kz	Органическая реклама - 100%. Поиск - 73%, Direct 27%	1) Очень мелкий шрифт. 2) Непрезентабельные фотографии. 3) В некоторых разделах вместо фотографий только схемы. 4) В разделе "Ссылки" - есть несколько ссылок с переходом на порносайты. 5) В разделе "Контакты" нет телефона компании	1) На главной странице есть Опросник "Как о нас узнали"	Опросник для генерации лидов
3) Шанериз	Розничная и оптовая торговля малазийской и китайской мебелью	http://shaneriz.kz/	Органическая реклама - 100%. Поиск - 90%, Партнеры - 10%	1) Очень много орфографических ошибок. 2) В карусели фотографии плохого качества. 3) В производителях "Китай" и "Китай фабричный". 4) "Заброшенная" рубрика Новости. 5) Статьи на английском языке	1) В меню Контакты помимо телефонов, указаны скайп и e-mail. 2) Фильтр с диапазоном цен.	Обращение к покупателям об уточнении цен перед оформлением заказа.

Проведение предварительного анализа текущей ситуации клиента

На сегодняшний день работа ведется только по прямым продажам.

База потенциальных клиентов не ведется. Нет перспектив для увеличения прибыли. В социальных сетях салон представлен только в Инстаграм, но посты выкладываются редко, активности подписчиков нет.

Продажи окупают только арендную плату за помещение и зарплату продавцов.

Цели и задачи по продвижению

- Создание лендинга (использование лид-магнитов, трипвайеров, оптимизаторов прибыли, тропинки возврата)
- Создание сообществ в социальных сетях – Инстаграм, FB, Вконтакте
- Наполнение сообществ качественным контентом по правилам AIDA
- Продвижение сообществ при помощи таргетированной рекламы
- Продвижение лендинга при помощи контекстной рекламы
- Создание базы потенциальных клиентов при помощи сбора контактов с лендинга
- Разработка акций и системы скидок для клиентов

Виды продвижения, рекомендуемые для бизнеса

- Создание, оформление и ведение группы Вконтакте, Инстаграм и FB + таргетированная реклама для этих групп
- Контекстная реклама лендинга в Яндекс Директе
- Тизерная реклама через агентство
- E-mail рассылка – через какое-то время, когда будет создана база потенциальных клиентов с помощью лендинга

Показатели и критерии роста

После разработки и запуска лендинга, подключаем к нему Яндекс Метрику

Анализируем:

- Конверсию лендинга
- ROI(возврат на инвестиции)
- CTR (стоимость целевого действия)
- CPL (стоимость лида)
- CPO (стоимость заказа)
- LTV (совокупная прибыль лот одного клиента)

Также анализируем показатели таргетинга в соц.сетях

Предварительное определение бюджета

- Лендинг – 790 руб. в месяц
- Таргетированная реклама в соц.сетях – 8000 руб. в месяц
- Контекстная реклама в Яндекс Директ – 4000 руб. в месяц
- Услуги интернет-маркетолога - по договоренности

Выводы

- Работа в социальных сетях увеличит узнаваемость бренда, даст преимущество перед конкурентами, которые не представлены в интернете.
- Правильно настроенная реклама увеличит количество подписчиков и повысит интерес нашей целевой аудитории.
- За счет повышения интереса, появятся новые клиенты, значит, увеличится доходность.