

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
ООО ПолимерМастер

Содержание

- *Введение*
- *Описание целевой аудитории. Аватар клиента*
- *Позиционирование, имидж, бренд*
- *Анализ конкурентов*
- *Проведение предварительного анализа текущей ситуации бизнеса*
- *Цели и задачи на продвижение*
- *Рекомендуемые виды продвижения (рекламные каналы)*
- *KPI - показатели и критерии для оценки рекламных кампаний*
- *Предварительное определение бюджета*
- *Выводы*

Введение

Предприятие ООО ПолимерМастер занимается переработкой вторичного сырья, а также разработками новых технологий в данной сфере. Переработка вторичного сырья имеет множество преимуществ перед утилизацией. Во-первых, при утилизации (а это только сгорание) разного рода полимеров выделяются вредные вещества, которые наносят огромный ущерб окружающей среде. Переработка же принципиально направлена на решение многих проблем, связанных с загрязнением окружающей среды. Например, можно выбросить использованный флакон от моющего средства и он будет разлагаться сотни лет, а можно его переработать и произвести новое изделие, такое как прищепки или другие подобные бытовые товары. Во-вторых, изделия из вторичных полимеров частично решили проблему с вырубкой лесов. Например, ранее многие использовали деревянные поддоны и палеты для транспортировки, на сегодня же, многие пользуются пластиковыми. Такие же примеры можно привести и относительно железных и пластиковых водосточных труб и т. д.

Целевая аудитория

A	B	C	D	E	F	G	H	I
Пол	Возраст	Доход в месяц	Где учатся/работают	Хобби/Увлечения	Чего боятся по продукту	Чего боятся по жизни	О чем мечтают по продукту	О чем мечтают по жизни
Мужчины	25-50 лет	5-15 тыс.грн.	Предприниматели или директора, менеджеры предприятий	Увлекаются рыбалкой, охотой, активными видами спорта.	1. Боятся, что заказ не будет выполнен в поставленные сроки или не будет доставлен (услуги экспедиции) в поставленные сроки. 2. Боятся за цвет получившегося изделия из поставленной гранулы, а также за литьевые качества.	1. Боятся, что кто то будет более успешен в бизнесе, чем они. 2. Боятся потерять уже существующий уровень дохода и жизни.	Мечтают, что получают хорошую цветовую гамму недорого и смогут больше заработать.	Мечтают заработать деньги, вложив которые можно получать пассивный доход и больше отдыхать, путешествовать.

Аватар клиента

Максим, 35 лет. Директор предприятия, которое занимается литьем пластмассовых изделий на термопластавтоматах (производят товары хозяйственной группы, такие как вёдра, тазы, прищепки). Доход от 25 тыс.гривен. Женат. Двое детей. Увлечения - активный отдых, рыбалка. Боится потерять уже существующий уровень дохода и жизни. Мечтает о расширении бизнеса и больше проводить время с семьёй, отдыхать, путешествовать.

Позиционирование, имидж, бренд

УТП

Наше предприятие на рынке уже более десяти лет и за это время мы зарекомендовали себя как надежные партнеры и стабильное предприятие. В нашем регионе мы единственное предприятие, которое имеет возможность работать с мощностью 5 т/сутки. Заказывая услуги грануляции и дробления у нас, Вам не нужно искать варианты в других областях, а это экономия на транспортных расходах. Также, Вы получаете гарантию качества в виде сертифицированной продукции, а следовательно уверенность в том, что Ваш продукт будет успешно конкурировать на рынке.

Слоган

Инновации ради будущего

Цветовая гамма бренда

Синий, голубой, бирюзовый

Логотип



Анализ конкурентов

Проект	Чем занимаются	Сайт	Размер базы	-	+	Рекомендации к внедрению
1. ФОП Корбачков	Занимается переработкой и продажей гранулированного вторичного сырья	https://polymers.com.ua	100 % орг. реклама 82,51 % трафика- поиск, 16,47% директ, 1,02 % соц. сети(ФБ)	сайт не до конца настроен, н	1. Работа с заказами любого объема. 2. Предлагают бесплатные консультации специалистов. 3. Советы от опытного технолога. 4. Скидка на доставку при первом заказе.	Сделать наш сайт более развернутым, загрузить видеоролики. Продумать выгодное предложение по доставке. Сделать страницы в соц.сетях
2. ООО ГРИНКО	Вывоз отходов, про	http://greenco.ua/	100% органич. реклама, 39,91% - поиск, 60,09 % direct	1. Нет цен. 2. Мало информации по переработке вторсырья	1. Отзывы. 2. Много кликабельных всплывающих окон для решения разного рода задач (например, задать вопрос или сделать заказ онлайн и т.п.)	Видео процесса и сделать больше отзывов.
3. ЭкоВторГрупп	Закупка и переаботка вторсырья и макулатуры	https://ecovtorgroup.com.ua	100% орг., 63,30 % поиск, 36,70 % директ.	1. Нет цен. 2. Не все ссылки работают корректно	1. При открытии любого раздела с боку видны отзывы. 2. Сразу можно найти свободные вакансии	1.Сделать раздел с вакансиями. 2. Поработать с разделом отзывы.

Проведение предварительного анализа текущей ситуации бизнеса

На сегодня работа ведётся только по существующей базе клиентов. Возможности расширить эту базу нет, так как реклама нигде не даётся. Бизнес хорошо функционирует для соотношения производство-продажи. Но нет никаких перспектив для увеличения прибыли. Сайта нет. Сообществ в социальных сетях нет. Логотип на утверждении. Конкурировать в интернете не представляется возможным. Акции не проводятся.

Цели и задачи для продвижения

- Создание лендинга*
- Создание сообществ в социальных сетях (наполнение контентом, продвижение при помощи настройки таргетинга)*
- Создание новой базы клиентов при помощи сбора контактов с лендинга*
- Прописать новые предложения и акции, нацеленные на увеличение доходности*

Рекомендуемые виды продвижения (рекламные каналы)

- Тизерная реклама в интернете*
- Настройка объявлений в поисковиках, например Google Adwords*
- Размещение постов в похожих сообществах в социальных сетях, а также настройка таргетинга*
- Размещение объявлений на сайтах для переработчиков*
- Размещение рекламы на информационных сайтах о выставках оборудования и других мероприятиях*

KPI – показатели и критерии для оценки рекламных кампаний

- После запуска лендинга, настраиваем google analytics и анализируем*
- Анализируем конверсию лендинга, кликабельность(CTR), возврат на инвестиции(ROI), стоимость одного заказа(CPO), стоимость лида(CPL), высчитываем совокупную прибыль от одного клиента(LTV)*
- Работаем с подписчиками*
- Анализируем показатели таргетинга*

Предварительное определение бюджета

- Затраты, связанные с лендингом - 1500-2000 грн./мес.*
- Реклама в соц.сетях - от 1000 грн./мес.*
- Реклама Google Awords - от 500 грн./день (оплата только по результату)*
- Услуги маркетолога - от 2000 грн.*

Выводы

- Таргет, контекстная и тизерная реклама привлекут новую аудиторию, а значит уменьшат стоимость одного клиента*
- Правильно сделанная воронка продаж привлечет новых клиентов, а значит увеличит доходность*
- Всё это в совокупности приведёт также к узнаваемости бренда, а значит даст возможность выйти на другой уровень продаж.*