



**Дипломная работа**

# **Стратегия продвижения**

*для студии свадебного декора*



**Свадьба** – событие, которое хочется запомнить на всю жизнь. Именно поэтому важно сделать ее неординарной, выходящей за рамки привычного, обыденного. С актуальными идеями молодоженам помогают модные тренды современной свадебной индустрии.

Оформление свадьбы – единое целое. В нем каждый элемент – часть одной гармоничной композиции. Свадебная полиграфия, платье и букет невесты, костюм жениха, цветочное оформление, текстиль, мебель, посуда, освещение, декоративные элементы свадебного пространства дополняют, раскрывают друг друга, создавая уникальный неповторимый образ торжества.

Уже 2017 все большую популярность приобретает тренд уникальности свадьбы — не только касательно концепции, площадки и места торжества, но также программы и декора.

Основным трендом свадебной моды в 2019 году становится внимание к личным деталям. Индивидуальность невесты, жениха, неповторимая история их любви – вот что является объектом пристального взгляда свадебного режиссера.

Пара – это внутренний интимный мир, уникальная история, которая освещается каждым элементом декора свадьбы.

В настоящее время детали праздничного декора становятся настоящими произведениями искусства. Гигантские фигуры из картона, пенопласта, хрусталя, металла для стилизации пространства. Сложные эффектные подвесные конструкции из цветов, хрустальных нитей. Высокие цветочные композиции на столах для гостей. Каждый элемент оформления – большая работа мастера-декоратора.

Свадебный декор — очень популярная услуга на сегодняшний день, т.к. именно он создает желаемую атмосферу, придавая изысканности и душевности торжеству и раскрывая концепцию свадьбы. В связи с чем, на рынке свадебных услуг все больше и больше появляется агентств и студий, которые работают в данном направлении. К сожалению, есть пары, которые ограничиваются в свадебном оформлении лишь декорированием столов для гостей, стола для молодоженов и свадебной арки, если таковая есть. И дело порой даже не в бюджете, а в простом незнании или неосведомленности о подобных видах услуг, а ведь воплощенная в декоре идея свадьбы, это первое, что видят и запоминают молодожены и гости торжества.

**Целевая аудитория** бизнеса представлена тремя сегментами:

1. Молодые девушки от 25 до 33 лет (топ-менеджеры, бизнес-леди), на данный момент готовящиеся к свадьбе с достатком 50-200тыс.руб.
2. Молодые девушки от 25 до 28 лет (дети богатых родителей, семейный бизнес), на данный момент готовящиеся к свадьбе с достатком от 300тыс.руб.
3. Молодые девушки от 25 до 33 лет (наемные сотрудницы), на данный момент готовящиеся к свадьбе с достатком до 50тыс.руб.

Подробное описание ЦА представлено в таблице ниже:

Сегмент №1										
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	Где их искать	Почему они не купят прямо сейчас (их возражения)
Девушки	25-33 лет	50-200 тыс. руб	Топ-менеджеры, бизнес-леди	Фитнес, здоровое питание, салоны красоты, путешествия, финансы, саморазвитие	1. Боятся за качество предлагаемой услуги. 2. Боятся увидеть не тот результат, который ожидали. 3. Страх того, что у них будет не так красиво и стильно, как, например, было у подружки. 4. Страх того, что не успеют воплотить все идеи к утвержденному сроку, либо невозможность воплощения каких-либо из них.	1. Боятся плохо выглядеть. 2. Боятся лишнего веса. 3. Боятся потери финансовой независимости. 4. Боятся неудач.	1. Мечтают, чтобы их свадебный декор был эксклюзивным, непохожим на другие. 2. Мечтают воплотить идею декора со страницы глянцевого журнала. 3. Мечтают о тематической свадьбе и соответствующим декором с изменением пространства. 4. Мечтают о восхищении гостей.	1. Мечтают о финансовых успехах. 2. Мечтают о дорогих, стильных вещах, дорогой машине. 3. Мечтают выглядеть молодо как можно дольше. 4. Мечтают о дорогом и комфортном отдыхе. 5. Мечтают быть в тренде.	1. Фитнес - клубы. 2. Салоны красоты. 3. Социальные сети (группы о красоте, моде, правильном питании, путешествиях) 4. Сайты о бизнесе.	1. Необходима личная встреча для обсуждения всех нюансов.
Сегмент №2										
Девушки (богатых родителей)	25-28 лет	От 300 тыс.руб	Семейный бизнес	Фитнес, здоровое питание, салоны красоты, путешествия, активный образ жизни, саморазвитие	1. Боятся за качество материалов, которые будут использованы в декоре. 2. Боятся увидеть не тот результат, который ожидали. 3. Страх того, что у них будет не так роскошно, как на свадьбе у друзей или знакомых из их круга общения.	1. Боятся плохо выглядеть. 2. Боятся лишнего веса. 3. Боятся финансовых неудач.	1. Мечтают, чтобы их свадебный декор был самым роскошным и дорогим. 2. Мечтают быть в тренде во всеми декор должен соответствовать. 3. Хотят чувствовать себя королевой.	Мечтают о люксовом образе жизни во всем (в одежде, в окружении, в отдыхе, роскошный дом, дорогая машина, вилла за границей)	1. Фитнес - клубы. 2. Дорогие салоны красоты. 3. Социальные сети. 4. Светские мероприятия для определенного круга гостей. 5. Топовые тренинги по саморазвитию.	1. Необходима личная встреча для обсуждения всех нюансов.
Сегмент №3										
Девушки	25-33 лет	До 50 тыс.руб.	Наемные сотрудники	Красота, уход за собой, активный образ жизни	1. Боятся не уложиться в бюджет. 2. Боятся, что о них подумают, будто они не состоятельны. 3. Боятся, что декор будет совсем скучным.	1. Боятся, лишиться работы. 2. Боятся остаться невостребованными. 3. Боятся открыть свой бизнес.	1. Мечтают о красивом декоре, но по приемлемой цене. 2. Мечтают, чтобы гостям понравилось.	1. Мечтают повышения по карьерной лестнице. 2. Мечтают о путешествиях. 3. Мечтают выглядеть модно и красиво. 4. Мечтают о счастливой семье. 5. Мечтают о собственной квартире и машине. 1.	1. Социальные сети. 2. Недорогие салоны красоты.	Неизвестна стоимость услуги, боясь, что будет дорого.

Студия свадебного декора «Декорель» в г.Новосибирске предлагает услуги по оформлению:

- банкетного зала
- сервировка стола
- выездной регистрации
- фотозон
- свадебных авто
- изготовление сувениров для гостей
- праздничная полиграфия

На рынке 3,5 года. Представлены в социальных сетях ВК и Инстаграм. Большая часть клиентов с достатком от 100тыс.руб.

**Предложение:** усилить позиционирование — сменить цветовую гамму с розовой на золотую с белым. Белый цвет олицетворение невесты, золотой — лоска, богатства. Создать сайт, на данный момент он отсутствует.

Рынок конкурентов достаточно велик, ниже приведен анализ тех конкурентов, на которых следует ориентироваться.

Проект	Чем занимаются	Сайт	Размер базы	"-"	"+"	Рекомендации к внедрению
Агенство "Твой день".	Полный комплекс свадебных услуг. Декор, как одна из них.	<a href="http://svadba-tvoyden.ru">svadba-tvoyden.ru</a>	Органич.реклама - 100%. Трафик по Поиску - 66,41%. Соц. трафик - 6,37%, больше всего в ВК.	Слишком перегружена главная страница. Все пестрит. Блог не наполнен, мало полезной информации. Слишком много места занимает динамический баннер.	Очень хорошо выполнена рубрика "Портфолио", удобно разбита по стилям свадебного оформления.	Пересмотреть рубрикатор. Портфолио разбить по стилистике свадеб. Добавить блок "Часто задаваемые вопросы".
NNDECOR.STUDIO	Декор свадебных и торжественных мероприятий. Фотосъемка.	<a href="http://nndecor.com">nndecor.com</a>	Органич.реклама - 100%. Трафик по Поиску - 49,38%. Соц. трафик - 18,79%.	Низкая скорость загрузки страниц, возможно был сбой. На динамичном баннере не видно заголовков.	Очень хороший рубрикатор. Много отзывов с фотографиями. Представлен Ютуб-канал. Присутствует рубрика "Магазин", где можно просто купить элементы декора.	Добавить количество отзывов. Обозначить себя в соц.сетях.
ДекорМикс	Организация свадеб, декор торжеств, декор автомобилей.	<a href="http://dekormix.ru">dekormix.ru</a>	Органич.реклама - 58%. Оплаченный трафик - 41%. Трафик по Поиску - 59,34%. Соц.трафик - 15,42%, больше всего в ВК	Непривлекательный дизайн. Мало отзывов.	Обозначены акции. Всплывающее окно "задать вопрос" и "заказать обратный звонок".	Продумать какие акции мы можем предложить. Добавить 1 или 2 всплывающих окна.

**Цель стратегии продвижения:** Увеличить доход компании на 45% к концу 2019г.

**Задачи:**

- повышение узнаваемости бренда;
- завоевание новой аудитории;
- повышение лояльности клиентов;
- рост продаж

**Каналы, используемые для достижения цели:**

1. Яндекс Директ, Google Adwords - стратегические каналы, т.к способны самостоятельно генерировать аудиторию — люди сами находят наш продукт в поисковиках. Плюс — это «горячие» клиенты, которые зашли в поисковую систему и набрали запрос с целью найти то, что им нужно, и купить. Наша ЦА часто обращается к поисковым системам по вопросам бизнеса, саморазвития, полезной информации. Поиск информации об интересующей их услуги к предстоящему событию, так же будет для них привычным через поисковые системы.

2-3. Социальные сети ВК, Инстаграмм т. к. SMM-индустрия сегодня широко развита. А именно таргетированная реклама, где целевую аудиторию можно настроить очень точно, т. к. пользователи вольно или невольно оставляют о себе множество сведений (место проживания, пол, возраст, семейное положение, круг интересов и т. д.). Здесь не нужно дожидаться, пока пользователь введёт поисковый запрос, таргетинг сам

найдет людей, которым потенциально интересны те или иные товары и услуги, в том числе и нашу ЦА. Такая реклама сама формирует круг предложений, которые способны заинтересовать целевую аудиторию.

#### 4. Реклама в сообществах ВКонтакте.

Наша ЦА, наверняка, подписана на другие группы и сообщества по своим интересам и хобби, поэтому реклама в сообществах также поможет рассказать о нашем продукте, предложив актуальный контент и в кратчайшие сроки донести информацию о нем до ЦА.

#### 5. YouTube канал.

Для нашей ЦА очень важна эстетика, красота, уникальность, ощущение «дороговизны» продукта. Красивые, стильные видеоролики, уже воплощенных идей декорирования, также могут повлиять на выбор ЦА в нашу пользу.

6. Печатные издания, в частности, местные региональные гляцевые журналы, пользующиеся популярностью у данной целевой аудитории.

## **Создание лендинга и запуск воронки продаж**

### **Уникальное торговое предложение**

Обращаясь к нам за декором, Вы получаете свадьбу своей мечты и букет невесты в подарок!

### **Лид-магнит**

1. 5 главных трендов свадебного декора в 2019г.

### **Трипвайер**

1. Дизайн-проект Вашей свадебной площадки в тех вариантах. Стоимость 199 рублей.

### **Основной продукт**

Помимо оформления свадебной площадки, где непосредственно проходит мероприятие, выделим еще несколько основных продуктов:

1. Торжественное оформление выездных регистраций.
2. Тематическое оформление фотозон для свадебных фотосъемок. (Морское побережье, Венеция, Париж и т.д.)
3. Декорирование свадебных автомобилей.
4. Изготовление памятных сувениров для гостей.

### **Оптимизаторы прибыли**

1. Апселл - Пакет VIP (Полное оформление свадебного торжества: создание концепции свадьбы (эскизный проект декора), декор зоны молодоженов и гостей, флористические композиции, оформление фотозоны, свадебная полиграфия, сувениры для гостей, декор выездной регистрации)
2. Даунселл - Пакет "Стандарт" (Только декор банкетного зала: зона молодоженов, стол гостей, флористические композиции)
3. Кросселл - Пакет "Стандарт+" (запуск голубей или лазерное шоу)

### **Тропинка возврата:**

1. Подписка на каталог сувениров и полиграфии к семейным праздникам.
2. Именная карта с накопительной скидкой на новые покупки ( букеты, воздушные шары, поздравительные открытки и т.д)

### **Оценка рекламной кампании.**

Для оценки эффективности рекламной кампании будем использовать следующие показатели:

CTR – показатель кликабельности

CPL – стоимость привлечения одного лида

CPO – показатель производительности рекламы

ROI – показатель окупаемости инвестиций.

Анализ данных показателей будет проводиться при помощи бесплатного инструмента для аналитики - Яндекс Метрика.

**Предполагаемая доходность** — планируется превышение доходов над расходами минимум на 50%

**Выводы:** внедрение данной стратегии продвижения поможет повысить узнаваемость бренда, увеличит уровень конверсии покупателей, повысить лояльность клиентов, увеличить число похвальных рекомендаций, откликов клиентов в соцсетях или на сайте после покупки услуги — и в результате, достигнуть цели по увеличению продаж на 45% к концу 2019г.