

Introductory lecture on essential marketing skills in green start-ups

Матвееенко Инна

Эксперт в сфере развития бизнеса

г. Алматы, 2021



МЕЖДУНАРОДНАЯ ШКОЛА
ЗЕЛЕННОГО БИЗНЕСА
Eco-Talk 2021

Про меня

Инна Матвееенко, MBA

- управляющий партнер ТОО Jiraffa, экспорт мраморной говядины из США
- преподаватель КНУ
- бизнес-тренер
- Negolodaem.kz



Про вебинар:

- Вспомним основы маркетинга и PR. Неужели они до сих пор работают?
- Поговорим о нестандартных (малобюджетных) способах продвижения и тестировании каналов
- Настроим landing page



ГЛАВНОЕ!!!!

сначала

1. Исследования /Стратегия/Позиционирование

ПОТОМ

2. Креативы, трафики, реклама...

Исследования



анализ рынка,
анализ конкурентов,
анализ покупателей и потребителей

Маркетинговая стратегия — это инструкция: что нужно сделать, чтобы перейти от этапа «у нас есть продукт и первые клиенты» к масштабированию.

ЗАЧЕМ мы это делаем?

КОМУ мы это продаем?

ЧТО мы продаем?

КАК мы продаем?

ГДЕ мы продаем, в каких каналах?

Где брать данные по рынку?

Где брать данные по аудитории?

<https://youscan.io/ru/pricing/>

Где брать данные по конкурентам?

<https://www.similarweb.com/ru/>

Позиционирование

Проясним термины

- Позиция — это положение, занимаемое образом товара (услуги, организации) в сознании потребителей
- Позиция — это место, и на это место ставит вас кто-то другой: ваши потенциальные потребители.
- Позиционирование — это процесс, происходящий в умах людей при идентификации того или иного товара, услуги, компании, идеи или события.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

КТО?

КАКОЙ?

ДЛЯ КОГО?

КАКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ?

ПРОТИВ КОГО?

В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ?

ОСНОВНАЯ ВЫГОДА?

Задание №1

Спозиционируйтесь!
(представьтесь)

Стратегия продвижения

Экосистема каналов продвижения



Задание №2

Создайте структуру
landing page

landing page

- Оффер – без воды, как друзьям в баре
- Call to action (форма заявки, купить, заказать) – должна встречаться несколько раз!
- Контекст* использования продукта (как им пользоваться, при каких обстоятельствах это полезно)
- Social proof (отзывы пользователей, мнения экспертов, количество покупателей, лого партнеров)
- Инфографика и внятные короткие видео

Микролидеры мнений на Фб и в
Инстаграмме (больше 2 000
подписчиков, живые эккаунты)

Давайте уже выходить!.

Как их найти?

Найдите большого лидера и посмотрите у него в комментариях

HR отделы и специалисты по
внутренним коммуникациям — скидки
для сотрудников корпораций

Давайте уже выходить!.

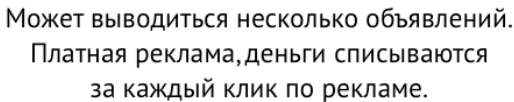
Как их найти?

<https://ru.linkedin.com/>

Кросс – промо с партнерами в «валюте
партнера»

Давайте уже выходить!.

1. Это очень хорошо с точки зрения SEO



Естественная выдача (область работы SEO-специалистов). Это бесплатная выдача, но необходимо оплачивать труд специалистов по продвижению, либо уметь самостоятельно продвигать!

PR нужен стартапу как воздух

2. Это очень хорошо с точки зрения инвесторов –

Когда твой стартап становится не ноунеймом, а про него где то кто то что то пишет – это уже совсем другая ситуация (ссылки на эти статьи можно вшивать куда угодно, от личной подписи до сайта)

ВНИМАНИЕ! ЗДЕСЬ МЫ НИЧЕГО НЕ ПРОДАЕМ! МЫ И ПРАВДА ПРОСТО ТАК ДЕЛИМСЯ КАКОЙ ТО ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ, ЛАЙФХАКАМИ:

Условие первое: статья должна быть полезной. Содержать полезную информацию и/или будить мысль, подталкивать к размышлениям.

Условие второе: статья должна быть написана простым, понятным и легким языком».

Журналисты. Как их найти?

Pressfeed.ru — это сервис подписки на медиазапросы журналистов — комментарии, фактуру, героев, кейсы к заметкам, которые готовятся к публикации.

Самое крутое, что вы можете
сделать - объединить

Перфоманс-маркетинг и контент-маркетинг

как направить ваш контент на тех, кто вам нужен?

- **делать супергео**
- **загрузить в рекламный кабинет номера телефонов и email-адреса конкретных людей**

Задание №3

Как привлечь \$20 млн инвестиций в малоизвестный стартап?

У вас есть 10 млн тенге

Маркетинг для компаний, которые продают сложный b2b-продукт

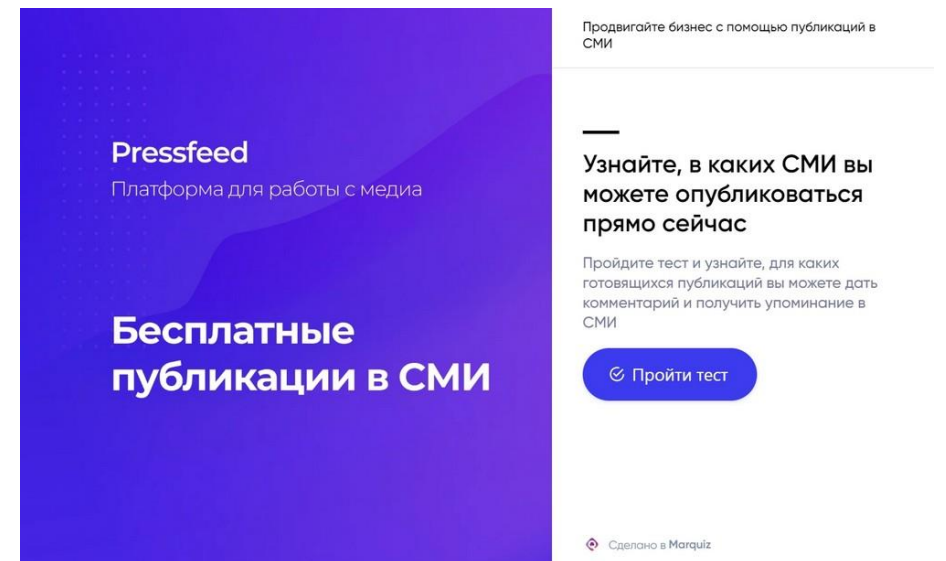
- долгий цикл принятия решения о покупке
- решения о покупке совершают конкретные люди, которые работают на определенных должностях

Еще вам способов привлечь новых клиентов с помощью контента:

1. Тесты как формат контент-маркетинга

Существует особый рекламный формат — спецпроект. Обычно это что-то необычное — тест, игра, большая

Pressfeed тоже продвигает сервис через тест — в нем представители компаний могут узнать, в каких СМИ они могут сделать публикации уже сегодня. В январе 2020 года этот тест привел нам 46% от всех регистраций на сервисе, пришедших с блога. В феврале-марте около 35% новых лидов.



Задание №4

придумайте тест по своей тематике: вопросы и
ответы

Один из самых крутых тестов – вот тебе миллион виртуальных денег и вот тебе ресурсы, куда их можно деть....

сценарии развития событий в будущем

- Наемный сотрудник в компании заработал 100.000\$ и размышляет над тем, как максимально эффективно вложить эти деньги.
- Ему доступны два инструмента инвестирования: банковский депозит (фиксированная доходность 10% в год) и покупка акций (доходность зависит от ситуации на рынке).
- Для простоты примем, что вариантов действия в данном случае всего три: 100% средств положить на депозит, 100% вложить в акции и поделить средства пополам между акциями и депозитом.
- Требуется принять оптимальное решение, обеспечивающее максимальную доходность.

Есть 100.000\$
Куда вложить?



Варианты действий:

1. 100% депозит (под 10% в год)
2. 50% депозит + 50% акции
3. 100% акции

Сценарии будущего:

1. Позитивный (рост акций на 20%)
2. Нейтральный (рост акций на 10%)
3. Негативный (падение акций на 10%):

	Позитивный	Нейтральный	Негативный
100% деп.	+10.000\$	+10.000\$	+10.000\$
50% деп. 50% акц.	+15.000\$	+10.000\$	0
100% акц.	+20.000\$	+10.000\$	-10000\$



Наиболее оптимистический подход.

Максимизируется максимум возможных доходов.

	Позитивный
100% деп.	+10.000\$
50% деп. 50% акц.	+15.000\$
100% акц.	+20.000\$

При возможности с более-менее приемлемой точностью оценить сценарии развития событий (технический и фундаментальный анализ), можно рассчитать математическое ожидание доходности по каждому варианту действий и выбрать из них вариант с наибольшей ожидаемой доходностью.

Если вероятности позитивного, нейтрального и негативного сценариев равны соответственно 40%, 50% и 10%, то ожидаемая доходность будет иметь следующие значения.

Вариант действий	Ожидаемая доходность
100% депозит	$10000 \cdot 0,4 + 10000 \cdot 0,5 + 10000 \cdot 0,1 = 10.000$ \$
50% депозит + 50% акции	$15000 \cdot 0,4 + 10000 \cdot 0,5 + 0 \cdot 0,1 = 11.000$ \$
100% акции	$20000 \cdot 0,4 + 10000 \cdot 0,5 -$ $10000 \cdot 0,1 = 12.000$ \$

Поэтому, следует на 100% инвестировать в акции

Очень осторожная стратегия. Максиминное решение
По каждому варианту действий выбирается результат
для наихудшего сценария. Затем выбирается вариант действий с
максимальным из наихудших результатов.

Вариант действий	Наихудший результат
100% депозит	10.000\$
50% депозит + 50% акции	0\$
100% акции	-10.000\$

В данном случае с точки зрения
гарантированного
сохранения средств также лучше 100% депозит

Если нет оснований считать, что какой либо из вариантов более вероятен по сравнению с другими, то все сценарии принимаются равновероятными

Вариант действий	Ожидаемая доходность
100% депозит	$(10000+10000+10000)/3=10.000\$$
50% депозит + 50% акции	$(15000+10000+0)/3=8.333\$$
100% акции	$(20000+10000-10000)/3=6.666\$$

Видим, что если мы не умеем прогнозировать рынок акций,
то разумнее воспользоваться депозитом

Еще вам способов привлечь новых клиентов с помощью контента:

«Яндекс. Дзен»

1. Следите за дочитываемостью: хорошо, если она составляет 80%, нормально, если 60%.
2. Кликабельные заголовки: «5 причин, почему вам надо прийти в...»
3. Обозначайте свою целевую аудиторию, «Без чего нельзя обойтись писателю...»)

Еще вам способов привлечь новых клиентов с помощью контента:

Личный бренд

1. Выступайте на отраслевых мероприятиях
2. Проводите мастер – классы
3. Пишите экспертные статьи по теме у себя в личных эക്കാунтах

Где учиться SEO: бесплатные курсы, книги и каналы для новичка

<https://news.pressfeed.ru/learn-seo/>