

2020г. Комплексный вывод бизнеса в On-Line.

Название проекта: Комплексный вывод в On-Line одного из направлений бизнеса компании "Будмаг": продажа и установка межкомнатных дверей.

Описание проекта:

Компания "Будмаг" (<https://budmag.kh.ua>) является эксклюзивным дилером завода-производителя межкомнатных дверей. Завод "STDM" (Украина, г.Харков). <http://stdm.net.ua>

В регионах (ГЕО):

1. Восточная часть Харьковской обл. (не включая г.Харьков)
2. Луганская обл: гг.Кременная, Рубежное, Северодонецк, Лисичанск, Сватово, Старобельск, Новопсков, Белокуракино.
3. Донецкая обл: гг.Славянск, Лиман, Бахмут, Константиновка, Дружковка, Краматорск, Доброполье, Покровск, Селидово.

Продажа в этих регионах идут через дилерскую сеть "Будмаг". Других официальных дилеров по продаже межкомнатных дверей "STDM", в этом ГЕО нет. Это отражено на сайте завода-производителя.

Задачи проекта:

Комплексный вывод в On-Line направления по продаже и установке межкомнатных дверей для компании "Будмаг".

Цель проекта:

С помощью комплексного Интернет-маркетинга, сформировать устойчивые каналы получения трафика покупателей, и, как результат – получение максимального количества по минимальной стоимости лидов в виде контактов заинтересованных клиентов/партнеров во всех ГЕО, в категориях B2B и B2C. Дальнейшая обработка контактов осуществляется менеджерами отдела продаж компании "Будмаг", с последующей продажей через дилерскую сеть на местах.

Этапы проекта:

01_Разработка комплексной Интернет-стратегии.

0. Экспресс-анализ состояния текущих продаж через торговые точки. Полезно для собственника, взглянуть на свой бизнес с стороны маркетинга.

1. Выполнен анализ целевой аудитории (ЦА): сегментирование, составление портрета ЦА.

Определение ключевых конкурентов и их преимуществ.

2. Выполнен анализ товарной ниши, для данных регионов продвижения (ГЕО):

- Определены ключевые запросы товарной ниши (межкомнатные двери), сформированы персональные точки роста для "Будмаг" в этой нише.

- Выделены ценности, явные и скрытые возможности, сформировано УТП

3. Определены маркетинговые On-Line каналы, по продвижению товара и торговой марки Будмаг

4. Результат анализа:

- Сформирована четкая стратегия по получению контактов заинтересованных потенциальных клиентов

- Определены лучшие каналы продвижения для данной ниши и для сегментов ЦА: сайт (SEO), соц сети (SMM).

- Прописана воронка продаж и все ключевые элементы: выделены инструменты, цели. Определены пути для масштабирования.

02_ Создание одностраничного сайта (лендинга) с высокой конверсией, для получения заявок по покупке и установке межкомнатных дверей "STDM", в регионах продаж "Будмаг".

<https://stdm-budmag.kh.ua/>

1. На основании прописанных на этапе анализа бизнеса: стратегии, ХПВ товара (характеристик, преимуществ, выгоды), портрета клиента.
2. Проведен анализ сайтов этой товарной ниши в этом GEO и по Украине
3. Собрано семантическое ядро (СЯ, ключевые запросы), для ранжирования и органического продвижения?
3. Собраны ключи для контекстной (поисковой) рекламы.
4. Разработаны продающие тексты для всех блоков сайта. Лендинг закрывает все потребности, боли и возражения ЦА по товару
5. Сверстан лендинг, анимированный и адаптивный для всех устройств и браузеров.
6. К лендингу подключены все средства аналитики, формы обратной связи. Все заявки попадают в CRM, дальше с ними работают менеджеры отдела продаж.
7. Куплен домен, хостинг, на него размещен сайт
8. Проведено первичное минимальное SEO продвижение лендинга, для его регистрации поисковыми системами, и дальнейшего его органического ранжирования.

Главная задача ленда+реклама – это получение контактов заинтересованных людей. Посетитель сайта скачивает каталог дверей, в обмен на оставление своих данных. Контакты попадают в базу CRM, дальше с ними по воронке продаж работают менеджеры компании и партнеров (дилеров).

03_ Контекстная (поисковая) реклама на сайт и ретаргетинг:

Период создания и ведения рекламной кампании: 1.04.2020 – 24.04.2020.

1. Общая статистика.
Всего потрачено 2004 грн
Совершено 1090 кликов по рекламе
Получено 10 конверсий
Стоимость получения одного лида (заявки) = 200 грн.

04_ Фейсбук и Инстаграмм

1. Создание, настройка и продвижение бизнес-страницы "Будмаг" в Facebook и бизнес-аккаунта Instagram. В период с Марта по Октябрь 2020г проводилось комплексное SMM продвижение страницы Facebook и аккаунта Instagram.
2. Подготовка, настройка, запуск, анализ и корректировка таргетированной рекламы в Facebook и Instagram.
Результаты:
Период проведения: с 4 по 30 Апреля 2020г. Всего охвачено - 116 160 человек. В среднем, одному и тому же человеку, реклама показывалась 4,4 раза. Но, не одинаковая, а разные рекламные объявления, с разными текстами и фотографиями (благодаря специальным настройкам).
Потрачено за весь период 8 200 грн. Получено 231 заявка. Стоимость привлеченного контакта составила от 30 до 50 грн, по разным регионам.

05_ Настройка CRM:

Для сбора заявок, создания и дальнейшего ведения клиентов по воронке продаж, была выбрана АМО crm.
Выполнена интеграция лендинга и АМО crm, настройка рабочего кабинета АМО crm под специфику компании "Будмаг".
Создан и настроен бизнес-аккаунт "Будмаг" в Вайбер, настроена автоматическая рассылка сообщений клиентам из АМО crm в Вайбер.

Создан бизнес-аккаунт "Будмаг" для автоматической рассылки СМС ,настроена автоматическая рассылка на номера клиентов из из АМО сгм.

Проведено комплексное обучение персонала.

06_ YouTube

Выполнена настройка **YouTube** канала "Будмаг"

<https://www.youtube.com/user/izyumbudmag/about>

В период с Марта по Октябрь 2020г проводилось разработка, создание и ведение канала.

Контактное лицо: руководитель проекта Сергей Малярчук.

+38050534166 (Viber, Telegram)

malyarchuk_rekl_1@ukr.net

Skype: malyarchuk_s