

# 1. Анализ рынка

## 1.1. Анализ целевой аудитории

В данном случае, учитывая опыт команды, вполне можно ориентироваться на сегмент аудитории Премиум-класса и на Средний +.

Представители данного сегмента обращают внимание на креативность, неординарность, качество работ и попросту «красоту», а потом уже на стоимость.

### Потребности аудитории:

- Ощущение комфорта
- Показать свой уровень перед другими (потешить свое ЭГО)
- Выделиться на фоне других, быть особенным (чтобы было «не так, как у всех»)
- Снять с себя головную боль по обустройству жилья/помещения, передать полностью или большую часть работы в руки профессионалов

### Главные критерии:

- Уровень работ (Вопрос: Что Вы можете и нас сколько хорошо?)
- Уровень исполнителей (Вопрос: Насколько Вы хороши и почему я могу доверять проектирование дорогого интерьера именно Вам)

### Второстепенные критерии:

- Стоимость работ
- Сроки выполнения

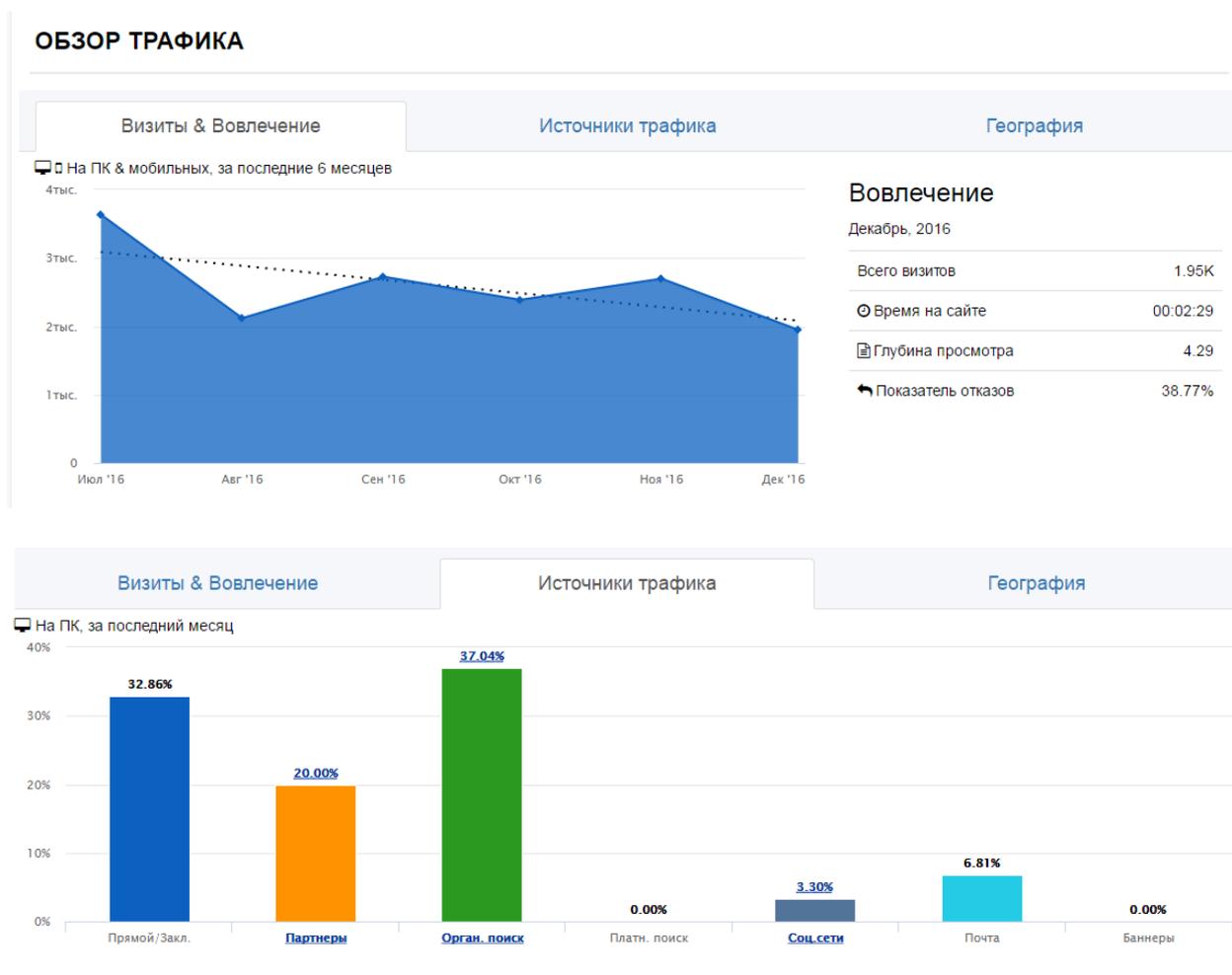
### Выгоды для ЦА

- Комплексный подход (от проектирования до подбора мебели)
- Тщательное планирование (Все предметы и технологии подбираются сразу и согласовываются в смету)
- Слаженная команда из своих дизайнеров (сразу приступим за реализацию проекта, так как каждый в команде знает свое дело)
- Опыт в сфере архитектуры и дизайна более 10 лет (надежность команды в глазах заказчика)
- Работаем только проверенными фабриками и материалами
- Найдем лучшее решение дизайна для Вас (независимо от того, насколько у Вас сложные запросы или идеи)
- Отслеживаем и внедряем новые тенденции в дизайне (благодаря постоянному обучению и повышению профессионального уровня)
- Применяем новые технологии для Вашего проекта (Печать прототипа на 3D принтере)
- Проведем работы точно в утвержденные сроки (важна репутация)
- Сделаем все под ключ (от разработки проекта до подбора и расстановки мебели для нового интерьера )

## 1.2. Анализ сайтов-конкурентов

Анализ прямых конкурентов (приведенных Вами):

1. <http://svoya-studio.com/>



Если смотреть по данным, то сайт имеет умеренную негативную динамику в привлечении трафика. В период с июль'16 по декабрь'16 количество посещений данного сайта сократилось с 3 088 до 2 083 (-38.88%).

За декабрь 2016г. совершено 1 949 посещений. Посетитель в среднем просматривает 4.29 страниц(ы) и проводит на сайте 2 минут 29 секунд(ы). При этом показатель отказов составляет 38.77%.

Наибольшей популярностью сайт пользуется в России, привлекая из этой страны 46.54% трафика. Второй по посещаемости страной является Украина, привлекая 41.86% трафика.

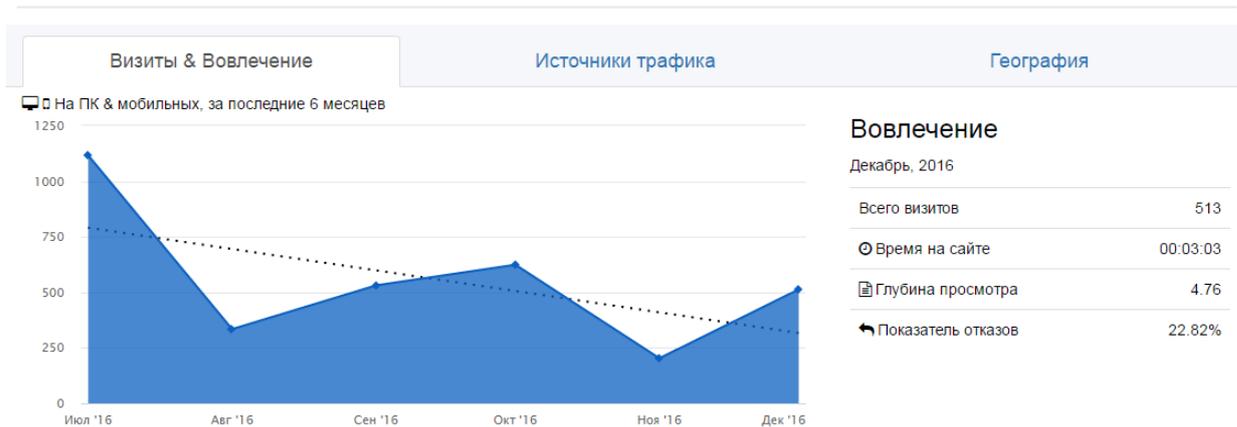
Структура источников трафика: наибольший трафик "Орган. поиск" (37.04%) с поисковых систем, затем следует "Прямой/Закл." (32.86%) (прямой ввод адреса сайта в браузере либо через

сохраненные закладки), затем "Партнеры" (20.00%) (переходы с других сайтов), потом "Почта" (6.81%) (e-mail рассылка текущим клиентам, либо рассылка писем по компаниям) и на последнем месте "Соц.сети" с долей 3.30%. Контекстную рекламу сайт не использует.

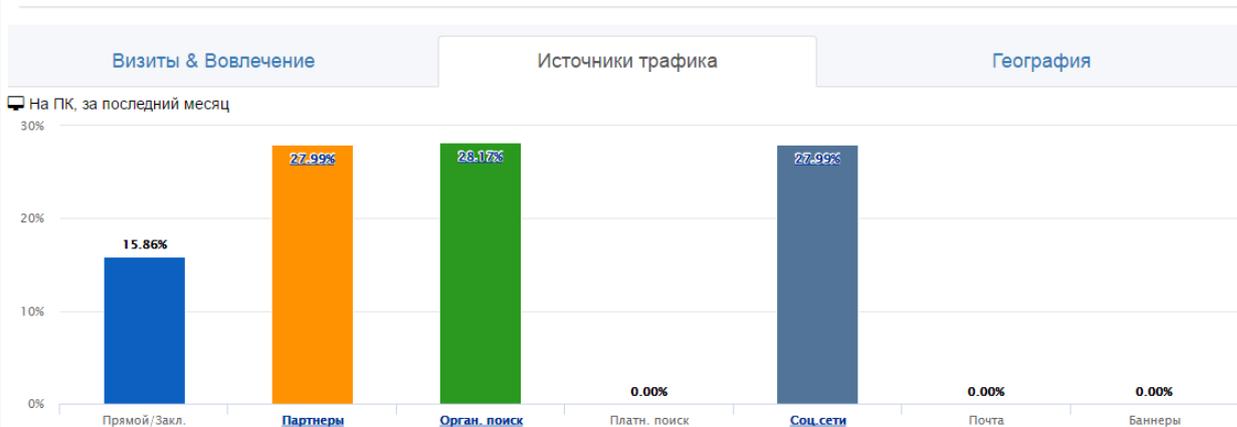
В плане структуры сайт провальный. Судя по данным, берут объемом посещаемости и раскрученным именем (судя по количеству прямых посетителей).

2. <http://azovskiypahomova-architects.com/ru/>

## ОБЗОР ТРАФИКА



## ОБЗОР ТРАФИКА



Если смотреть по данным, то сайт имеет резко негативную динамику в привлечении трафика. В период с июль'16 по декабрь'16 количество посещений данного сайта сократилось с 791 до 317 (-85.66%).

За декабрь 2016г. совершено 513 посещений. Посетитель в среднем просматривает 4.76 страниц(ы) и проводит на сайте 3 минут 3 секунд(ы). При этом показатель отказов составляет 22.82%.

Наибольшей популярностью сайт пользуется в Украине, привлекая из этой страны 85.04% трафика.

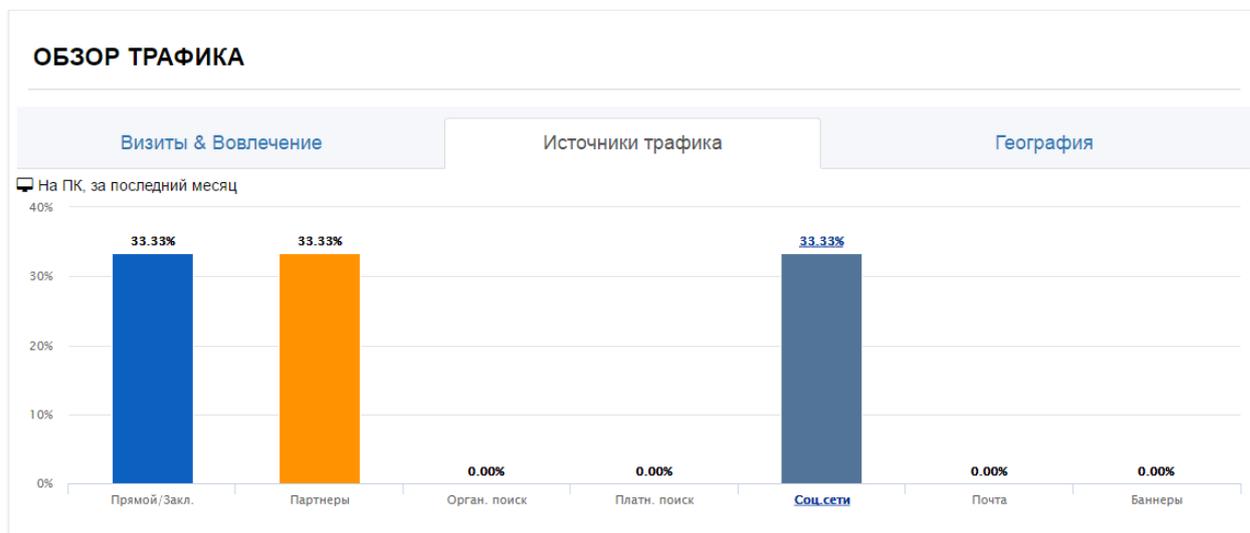
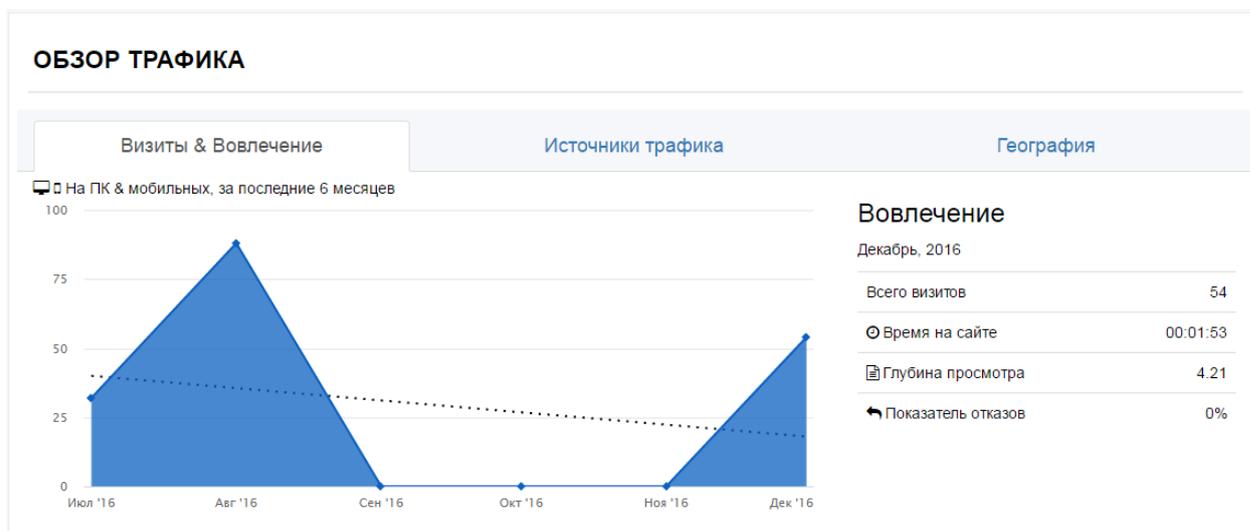
Структура источников трафика: наибольший трафик "Поиск" (28.17%), затем следует "Партнеры" (27.99%), затем "Соц.сети" (27.99%), потом "Прямой/Закладки" (15.86%) и на последнем месте "Платный поиск" с долей 0.00%.

Можно отметить хорошую активность в Facebook. Данная студия довольно серьезно занимается продвижением в данной соц.сети. Вот их группа: <https://www.facebook.com/Azovskiyy-Pahomova-architects-596340647049745/timeline>

Из положительных моментов на сайте можно отметить качественные фотографии в широком разрешении и небольшие вводные данные про объект.

Пример: <http://azovskiypahomova-architects.com/ru/cafe-ruibarbo/>

3. <http://www.pashchak.com/>



Если смотреть по данным, то сайт имеет резко негативную динамику в привлечении трафика. В период с июля '16 по декабрь '16 количество посещений данного сайта сократилось с 40 до 18 (-75.86%).

За декабрь 2016г. совершено 54 посещений. Посетитель в среднем просматривает 4.21 страниц(ы) и проводит на сайте 1 минут 53 секунд(ы).

Наибольшей популярностью сайт пользуется в Украине, привлекая из этой страны 100.00% трафика.

Структура источников трафика: наибольший трафик "Партнеры" (33.33%), второй по значимости "Соц.сети" (33.33%), затем следует "Прямой/Закл." (33.33%), затем "Платн. поиск" (0.00%), потом "Орган. поиск" (0.00%) и на последнем месте "Баннеры" с долей 0.00%.

Если кратко, то сайт особо не продвигается. Есть еще сайт <https://paschcak.ru/>, который просто «существует». Абсолютно никаких данных для аналитики нет.

Сайт в плане маркетинговой эффективности очень слабый.

4. <http://peak-studio.dn.ua/>

Единственный сайт (и то нерабочий) студии ПИК. Поэтому анализ провести не могу.

Подведя черту могу сказать, что среди прямых конкурентов нет хороших примеров в плане структуры сайта.

### Анализ конкурентов из поисковой выдачи/контекстной рекламы:

Проанализировав сайты по дизайну интерьера в выдаче Google, а также те, которые рекламируются в Google Adwords, были найдены несколько интересных сайтов конкурентов по структуре (или отдельным её элементам):

<http://anngli.com.ua/>

<http://designprof.com.ua/>

<http://mahno.com.ua/>

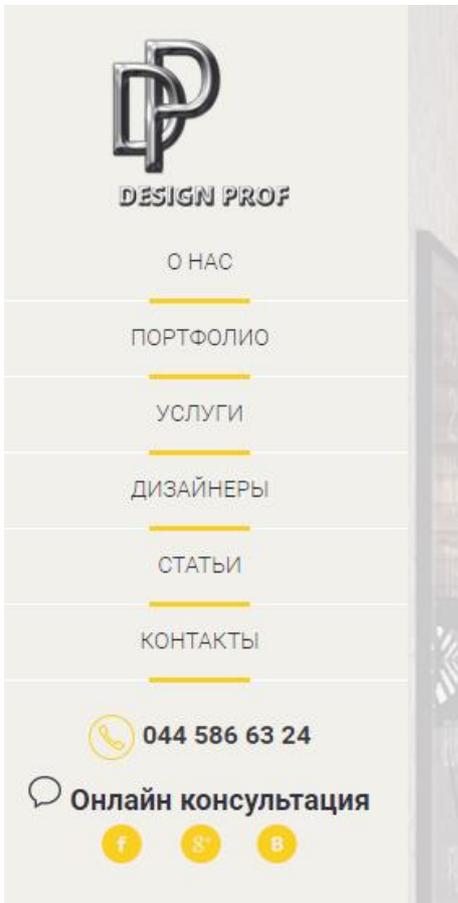
<http://lauri.com.ua/>

На примере их ниже представлены рекомендации по структуре/элементам.

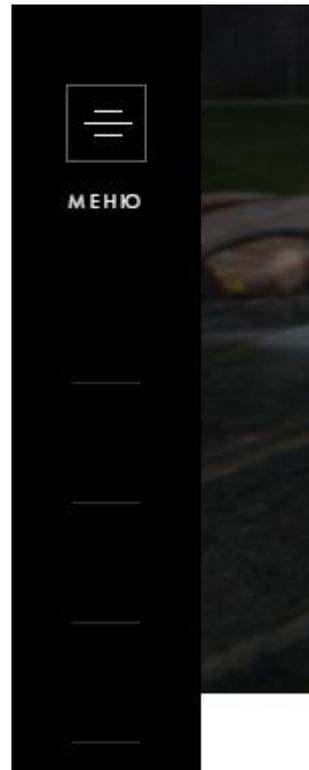
### 1.3. Какие элементы должны быть на сайте для максимальной эффективности:

1. **Меню в левой части** (либо открытое, либо с подписью «Меню» и раскрытием по наведению)

Примеры:



<http://designprof.com.ua/>



<http://mahno.com.ua/>

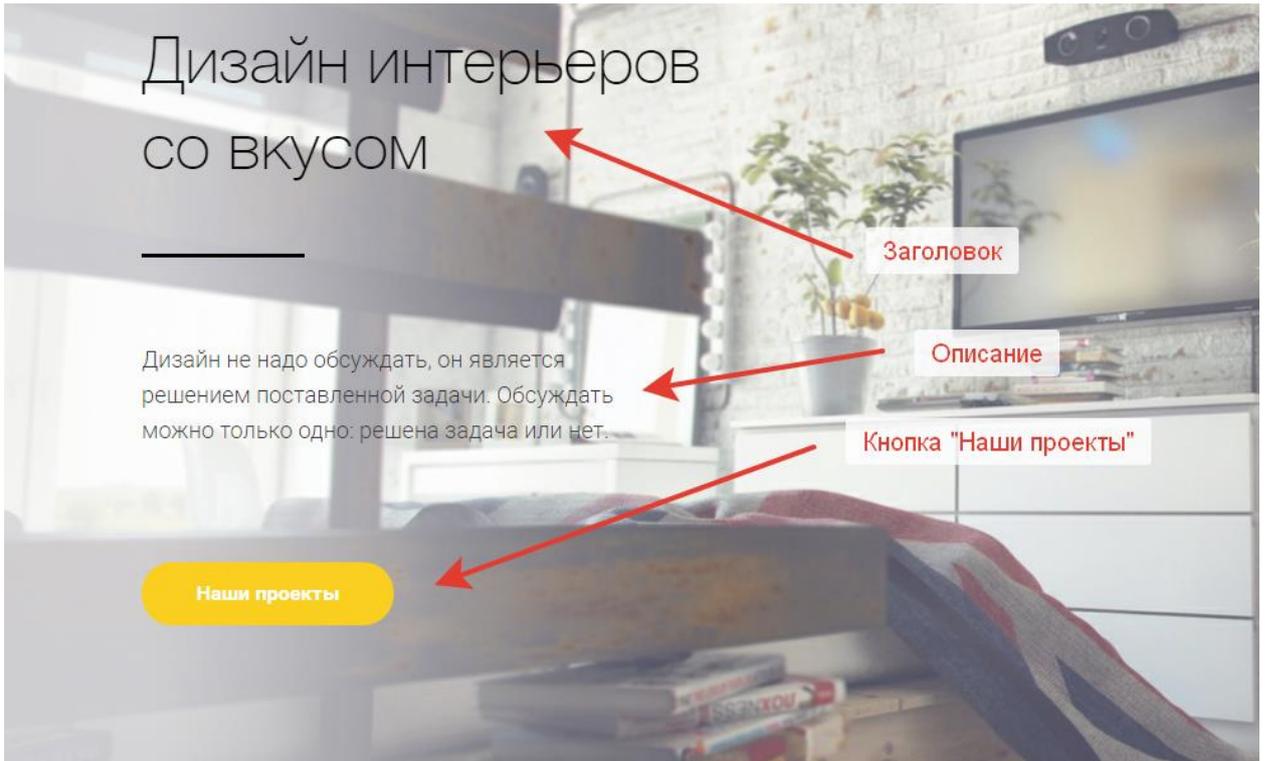
Какие пункты должны быть в меню:

- О студии
- Услуги
- Наши работы
- Стоимость
- Новости и Медиа
- Контакты

#### 2. **Первый экран, на котором присутствует:**

- Фоновое изображение
- Заголовок
- Короткое описание
- Кнопка «Наши проекты»

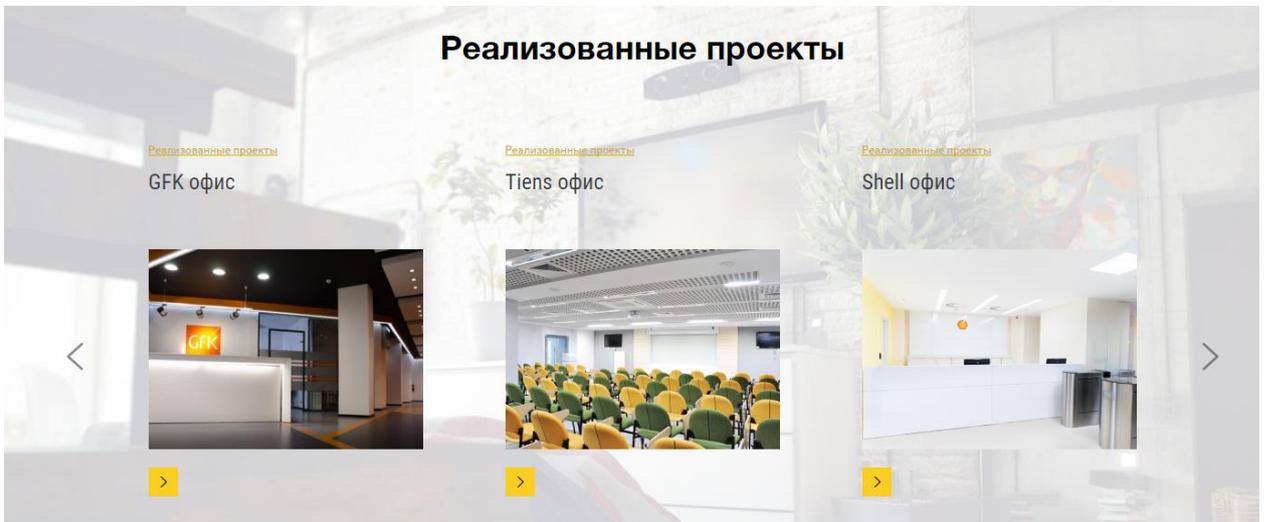
Пример:



<http://designprof.com.ua/>

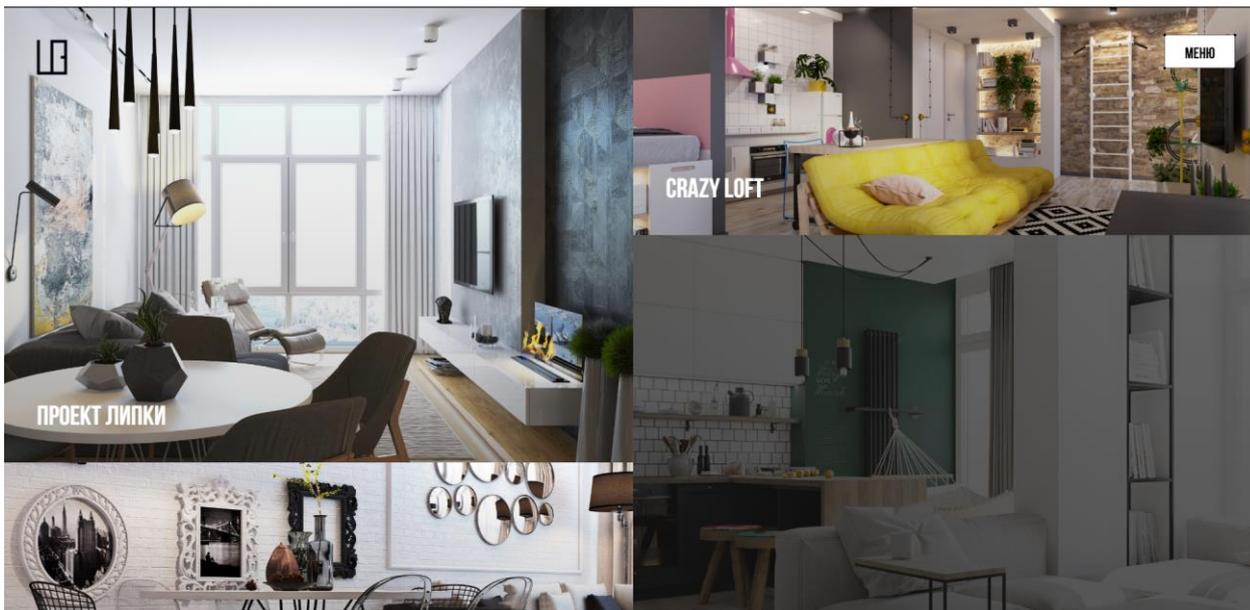
### 3. Блок «Последние реализованные проекты»

Пример:



<http://designprof.com.ua/>

Еще один пример (более креативный, с блоками разной величины):



<http://lauri.com.ua/>

Под блоком вывести кнопку «Посмотреть все проекты» с переходом в раздел «Портфолио».

На самой странице с работами сделать аяк-фильтр с категориями:

- Дизайн квартиры
- Дизайн дома, коттеджа
- Дизайн кафе, ресторана
- Дизайн бара, клуба
- Дизайн офиса, магазина

Под каждую категорию делать отдельную страницу с работами здесь не требуется.

#### **4. Блок «Кто будет работать над дизайном Вашего интерьера?»**

Именно с таким заголовком. В данном блоке должны присутствовать:

- Фотография Анастасии (и Дианы)
- Начало абзаца о Анастасии (и Диане), опыте в дизайне интерьеров, сделать акцент на преимуществах, рассмотренных в первом пункте анализа. Дать ссылку «Подробнее» на раздел «О нас»

Пример (чисто по дизайну блока, по содержанию не раскрыто):

Ш



## У НАС НЕТ КЛИЕНТОВ!

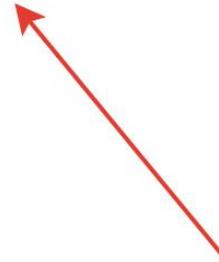
Все, кто приходят к нам за дизайном, становятся нашими друзьями.

Только так можно сделать самое главное в оформлении интерьера – понять того, кто будет жить в нем. Только так можно сделать интерьер комфортным и функциональным. Но универсальных формул, которые позволяют сделать интерьер индивидуально. Мы зададим вам вопросы и сформируем понятия уюта, комфорта, результата – как дизайнеры.



Интерьер – продолжение внутреннего мира

Каждый из проектов, в котором приятно экспериментировать, ориентирован на клиента.

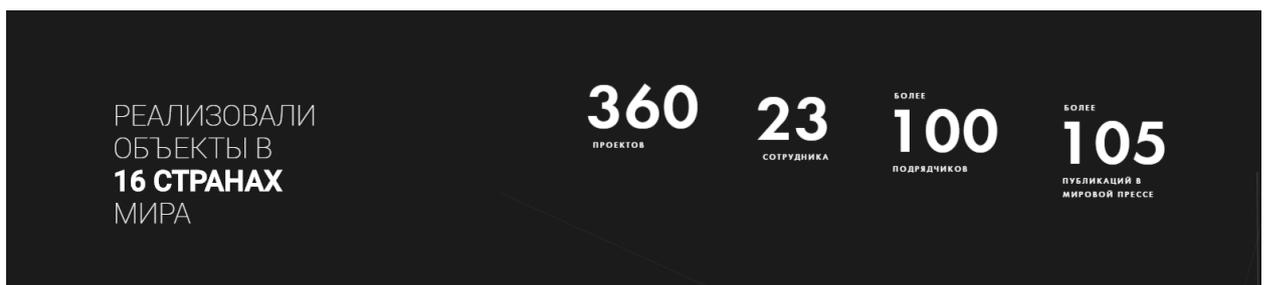


Добавить цитату

<http://lauri.com.ua/>

- Достижения (стандартный блок с иконками: количество лет в сфере, количество выполненных проектов, количество публикаций в СМИ).

Пример:



<http://mahno.com.ua/>

- СМИ о нас

Тут привести логотипы изданий с ссылками на сами статьи

**Блок «Мы обеспечим для Вас» + 5 блоков выгод**

Тексты выгод составим после разработки концепции на этапе дизайна.

### 5. Текст о дизайне и его важности (сугубо для SEO)

## Пример красивой реализации:

### О ЗНАЧЕНИИ ДИЗАЙНА

Если вы решили изменить мир вокруг себя, сделать его вдохновляющим и красивым, вы попали по адресу. Студия дизайна интерьеров Сергея Махно – место рождения самых редких идей, креативны дизайнов, уникальных архитектурных проектов. Если вы решили рискнуть, построить новый дом, сделать новый ремонт, выбросить старые вещи, обустроить свой офис, команда нашей дизайн-студии с радостью разделит все этапы ваших перемен к лучшему.

Качественный дизайн интерьера – это продуманность в каждой детали, это удобство и комфорт для жизни или работы. Дизайн-студий очень много, ведь спрос на такого рода услуги растет ежедневно, но как выбрать правильную мастерскую? Заказать дизайн интерьера вы можете в творческой мастерской Сергея Махно, здесь вы найдете самые смелые, самые невероятные дизайны интерьеров.

Заказать профессиональный дизайн интерьера в Киеве, и других городах Украины, вы можете в студии Сергея Махно. Большое портфолио работ разнообразных проектов, разработка дизайнов квартир, частных домов, загородных коттеджей, проектирование офисов, создание уникальных и функциональных дизайнов для отелей, кафе и ресторанов – все это вы найдете в нашей студии.

При нажатии раскрывается весь текст

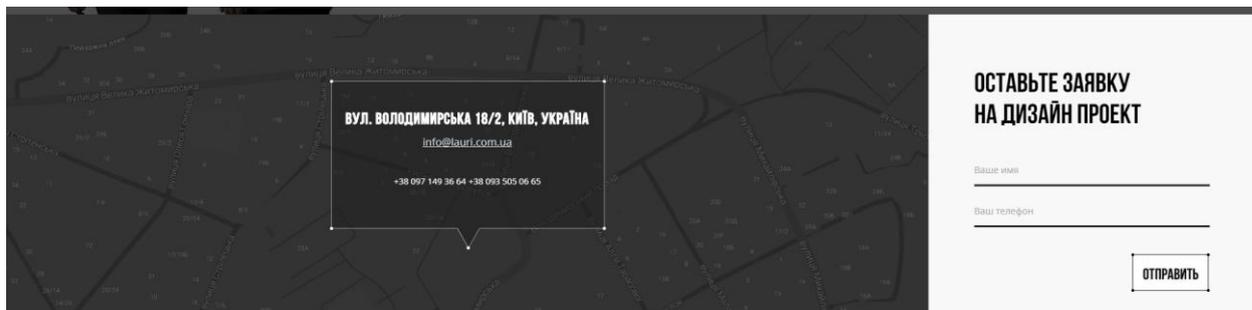
## 7. Форма заявки внизу каждой страницы

Так как запросы будут как «горячие» (от людей, которые выбирают подрядчика и готовы платить), так и от «холодных» (те, которые присматриваются, рассматривают, что вообще есть на рынке), то на абсолютно каждой странице (с услугами или на страницах с описанием объектов в портфолио) должна быть форма заявки с вопросом: «Есть вопросы по дизайну Вашего интерьера? С радостью ответим!».

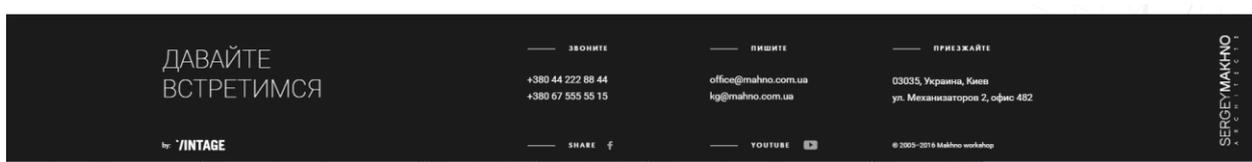
В таком случае заголовок будет менее «стрессовым» для тех, кто только раздумывает над заказом дизайна, а значит, большая часть людей оставят свои контакты для связи. Дальше уже – работа менеджера по конвертированию заявок в заказчиков.

## 8. Контакты внизу страницы

Пример:



<http://lauri.com.ua/>



<http://mahno.com.ua/>

**Важное примечание:** первые 2 блока должны быть с выводом работ и с информацией о студии!

2 главных вопроса, на которые посетитель должен получить ответ в первую очередь:

1. Насколько хороши Ваши работы и сколько их
2. Насколько хороши Вы сами, как исполнители

Что касается услуг (дизайн квартир, дизайн ресторанов и тд), то структура в целом сохраняется для всех подкатегорий. Единственное, что выводиться работы должны соответственно данной категории (если мы находимся на странице «Дизайн интерьера квартир», то и работы должны выводиться по дизайну интерьера квартир).

#### **9. Структура каждого проекта в Портфолио в виде кейса**

Недостаточно просто на странице проекта выложить красивые фотографии. Требуется описание:

- Задача проекта
- Проект «ДО»
- Выбранный стиль (почему именно такой)
- Схемы проектов, планировки
- Что понадобилось для работы (возможно, материалы или что-то еще)
- Какие-то моменты и особенности в процессе работы
- Проект «ПОСЛЕ» (финальные фото проекта)

#### **10. Страница «О нас»**

Здесь нужно максимум фактов о компании привести.

Что за студия, кто такая Анастасия (и Диана), факты о студии (сколько лет, проектов).

Публикации в СМИ визуализировать: вывести миниатюры журналов и других источников, при нажатии ссылка должна вести на саму публикацию.

Все блоки и элементы визуально разделить и красиво оформить. Дизайн данной страницы, а также оформление контента на ней так же важно, как и оформление разделов с услугами.

### **1.4. Актуальные каналы продвижения**

Особенность тематики в том, что запросы весьма неоднозначные. Один и тот же запрос «дизайн интерьеров» может вбить как потенциальный заказчик, так и обычный пользователь, который просто хочет посмотреть фото интерьеров, либо дизайнер, который ищет вдохновения.

**В связи с этим будут актуальны такие методы продвижения:**

#### **1. Контекстная реклама**

Но только (!) по запросам, которые подразумевают интерес к самим услугам дизайна.

Например:

дизайн интерьера в Днепре  
заказать дизайн интерьера  
дизайн студия Днепр  
студия дизайна

и подобные запросы. Их будет очень немного, показываться по ним нужно будет на самых высоких позициях (1-2место), но они будут действительно целевыми.

## 2. Поисковое продвижение (SEO)

Здесь картина несколько иная. Рекомендую захватывать все запросы, даже связанные с «фото» или другие «холодные», например «красивые интерьеры, современный интерьер», так как не совсем понятно, кто запрашивает данные запросы: просто любопытный пользователь или потенциальный заказчик, который просто присматривается и пытается понять, что он хочет.

Но, если в случае с контекстом, тратить деньги за каждый клик по таким «холодным» запросам – неоправданная роскошь, так как стоимость клика немаленькая (8-14грн), то в плане поискового продвижения можно подобные поисковые запросы захватить (так как вывести их практически ничего не стоит, а клиентов могут привести).

## 3. Продвижение в социальных сетях

Нельзя сказать однозначно, но можно протестировать рекламу в социальных сетях по сегментам:

- 1) Новостройки и жилые комплексы (выбрать те, которые продают элитное жилье)
- 2) владельцы ресторанов, баров, кафе (с посылом обновить интерьер)

В любом случае, присутствовать в соц сетях нужно. Рекомендую в порядке приоритетности:

- Facebook
- Instagram
- Вконтакте
- Если есть видеоматериалы интересные, то Youtube

## 2. Анализ географических и языковых особенностей целевой аудитории

Проанализировав запросы, можно сделать вывод, что для сайта актуальна украинская версия, так как присутствует достаточное количество запросов на украинском языке.

Учитывая, что оказание услуг по дизайну интерьера актуально для любого города Украины, то продвижение сайта должно проводиться по всей Украине.

## 3. Подбор базового семантического ядра

Таблица с семантическим ядром предоставлена отдельным файлом Excel.

## 4. Объединение ключевых запросов в категории и подкатегории

Все запросы, предоставленные в таблице Excel, были распределены на отдельные тематические группы, или, на профессиональном языке, «кластеры».

## 5. Создание структуры сайта для продвижения

**На сайте обязательно должны присутствовать такие разделы:**

1. Главная. Оптимизировать под группы запросов «Дизайн интерьера», «Дизайн студия», «Дизайнеры интерьера».

2. Проектирование дизайна интерьера. Оптимизировать под группы запросов «Проектирование, разработка», «Дизайн проект».
3. Дизайн интерьера квартиры. Оптимизировать под группы запросов «Дизайн интерьера квартиры».
4. Дизайн интерьера дома. Оптимизировать под группы запросов «Дизайн интерьера дома, коттеджа».
5. Дизайн интерьера кафе, ресторана. Оптимизировать под группы запросов «Дизайн интерьера кафе, ресторана».
6. Дизайн бара, клуба. Оптимизировать под группы запросов «Дизайн бара, клуба»
7. Дизайн общественных помещений. Оптимизировать под группы запросов «Дизайн офиса, помещений, магазина».
8. Предметный дизайн. Оптимизировать под группы запросов «Предметный дизайн».
9. Архитектурное проектирование. Оптимизировать под группы запросов «Архитектурное проектирование».
10. Наши проекты. Оптимизировать под группы запросов «Портфолио».
11. Услуги. Оптимизировать под группы запросов «Услуги».
12. Контакты.