



# Presentations

portfolio

# Розробка маркетингової стратегії

## ВИСНОВКИ Й МАРШРУТИ ЗРОСТАННЯ

ПІДВИЩИТИ ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЧЕРЕЗ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ.

ЗАПРОВАДИТИ ПОСЛУГИ ДЛЯ ЕЛЕКТРОМІБІЛІВ ТА ПРЕМІУМ-КЛАСУ.

АВТОМАТИЗУВАТИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЗА ДОПОМОГОЮ CRM ТА MIS.

ЗРОБИТИ ЦІНОВУ ПОЛІТИКУ ПРОЗОРЮЮ І ГНУЧКОЮ, З АКЦЕНТОМ НА КЛІЄНТСЬКИЙ КОМФОРТ.

## ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### ОСНОВНИЙ ВИД ДІЯЛЬНОСТІ (КВЕД 45.20)

Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів. Це включає діагностику, регламентне ТО, ремонт двигуна, ходової, трансмісії, гальмівної системи, електроніки.

### ДОДАТКОВІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ:

- Торівля автозапчастинами й аксесуарами.
- Комп'ютерна діагностика авто.
- Шинимонтаж і балансування.
- Продаж мастил, технічних рідин, автохімії.
- Консультації щодо експлуатації та технічного стану транспортних засобів.

### ФОРМА ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ:

- Фізичні особи (власники авто)
- Юридичні особи (автопарки, логістичні компанії, підприємства)

## SWOT-АНАЛІЗ

ТОВ «АВТОПРОСТІР ВІННИЦЯ» МАЄ СТИЙКІ КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ЗВЯДКИ ПРОФЕСІЙНОМУ СЕРВІСУ ТА КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТІ. ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ДОЦІЛЬНО ПОСИЛИТИ МАРКЕТИНГОВІ АКТИВНОСТІ В ОНЛАЙН-СЕРЕДОВИЩІ, РОЗШИРИТИ АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ ТА РОЗГЛЯДАТИ НОВІ КАНАЛИ ЗБУТУ (НАПРИКЛАД, ОНЛАЙН-ПРОДАЖІ ЧЕРЕЗ PROM, ROZETKA АБО ВЛАСНИЙ САЙТ).

### S СИЛЬНІ СТОРОНИ (STRENGTHS)

- Комплексне обслуговування авто
- Широкий асортимент запчастин
- Сформована база постійних клієнтів
- Використання CRM для роботи з клієнтами

### W СЛАБКІ СТОРОНИ (WEAKNESSES)

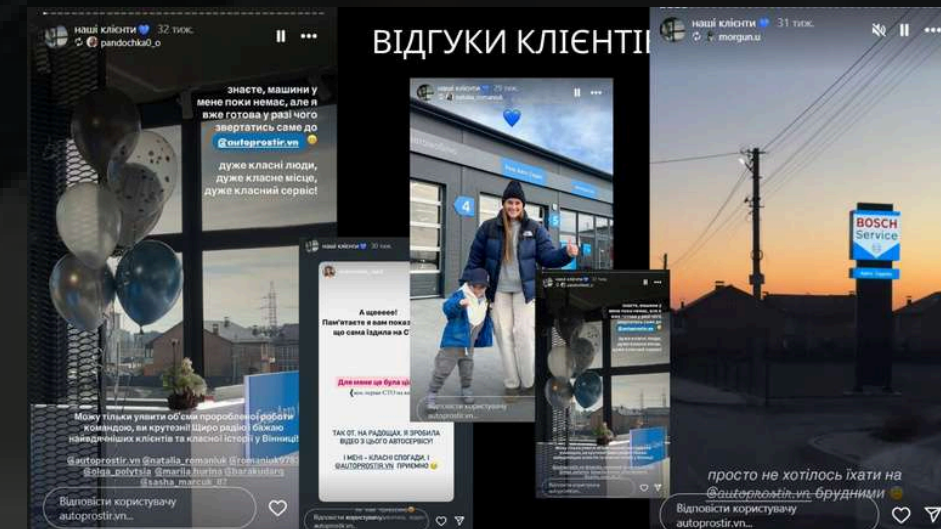
- Залежність від сезонності (неплив клієнтів восною та осенню)
- Витрати на утримання складів
- Недостатній рівень онлайн-реклами
- Міксерозаступання менш зручне для нових клієнтів

### O МОЖЛИВОСТІ (OPPORTUNITIES)

- Розвиток інтернет-магазину
- Розширення асортименту через нових постачальників
- Проведення сезонних акцій та розпродажів
- Залучення таргетованої реклами в соціальних мережах

### T ЗАГРОЗИ (THREATS)

- Поява нових конкурентів
- Зростання ціни на паливе (впливає на доставку)
- Економічна нестабільність на ринку
- Зниження купівельної спроможності

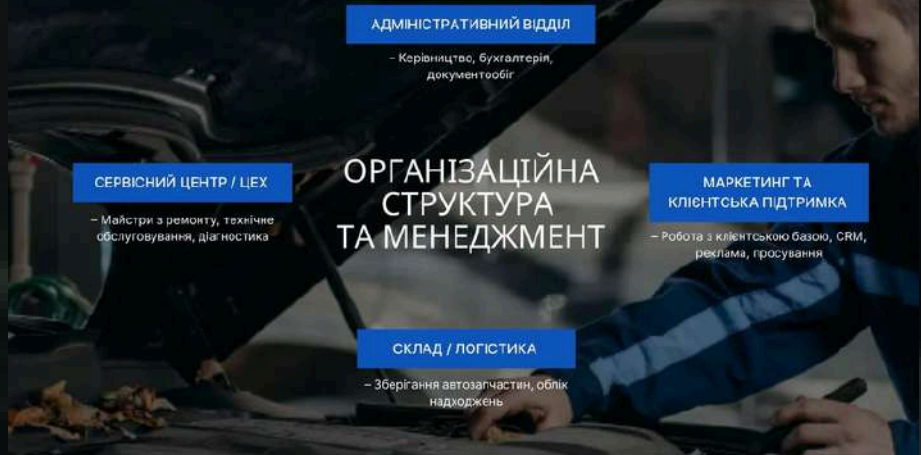


## CRM + MIS: СЕРЦЕ ЇХНЬОГО СЕРВІСУ

Модуль	Що робить	Яка користь
Облік замовлень	Фіксує кожне замовлення: VIN, пробіг, перелік робіт, майстер	Цілісна історія авто → точні діагнози без куцаданих
Розсилки / нагадування	SMS / E-mail / Telegram-бот: ТО через 6 міс., заміна шин, акції	Повіряє клієнта без cold-call, заповнює «мертві» слоти
Аналітика повторних звернень	Дашборд Repeat Rate, середній чек, топ-10 робіт	Показує, що реально забирає гроші та де просідає сервіс
Склад-інтеграція	Стан запчастин у режимі live, автоматична поставка запчастин	«Немає деталей» злишає не звучить для клієнта
Документовий	Квиток → акт → рахунок у PDF	Швидко, без друку, готово до 1-онлайн-архіву



## ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА МЕНЕДЖМЕНТ



@khvvvulya

### ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ОСНОВНІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ (КВЕД 45.20)

### ДОДАТКОВІ ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ:

Торгівля автотзапчастинами

### ФОРМА ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ:

Фізична особа (власник авто)  
Юридична особа (автотаргари, логістичні компанії, підприємства)

### ДИНАМІКА ЦІНИ ТА



### КОНКУРЕНТНЕ ПОЛЕ: ТОП-5 СТО У ВІННИЦІ

КЛЮЧОВІ ГРАВЦІ (ЗА РЕПУТАЦІЄЮ, СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ ТА БЛИЗЬКІСТЮ ДО ЗАРВАНЦІВ)

2

**BOSCH СЕРВІС «АВТОДРО», ТАМ-САМО (ФРАНЧАЙЗ)**

Ремонт двигунів, електроніки, шинмонтаж

**BOSCH АВТО СЕРВІС «АВТОХЕЛФ», ВУЛ. ВОЙНІВ-ІНТЕРНАЦІОНАЛІСТІВ 25**

Комплексна діагностика (SDI-лінія), 3D розвал-сходження. Міжмар. бренд Bosch, широкий спектр, стандарт якості.

3

**СТО «911», ВУЛ. ЕНЕРГЕТИЧНА 9**

Системи охолодження та кондиціонування, озонування салону. Нішавий експерт з клімат-сервісу; швидка діагностика

5

**«РІТ-СТОР», ВУЛ. ДАНИЛА НЕЧАЯ 108**

«Авторський» ремонт, рихтування, фарбування

### МІС: СЕРВІС: ІХНЬОГО СЕРВІСУ

Що робить	Яка користь
Фіксує кожен заїзд: VIN, пробіг, перелік робіт, майстер	Цілісна історія авто → точні діагнози без «угадки»
SMS / E-mail / Telegram-bot: ТО через 6 міс., заміна шин, акції	Повертає клієнта без cold-call, заповнює «мертві» слоти
Дашборд Repeat Rate, середній чек, топ-10 робіт	Показує, що реально заробляє гроші та де просідає сервіс

### ВИСНОВКИ Й МАРШРУТИ ЗРОСТАННЯ

✓ ПІДВИЩИТИ ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЧЕРЕЗ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ.

✓ ЗАПРОВАДИТИ ПОСЛУГИ ДЛЯ ЕЛЕКТРОМОБІЛІВ ТА ПРЕМІУМ-КЛАСУ.

✓ АВТОМАТИЗУВАТИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ЗА ДОПОМОГОЮ CRM ТА МІС.

✓ ЗРОБИТИ ЦІНОВУ ПОЛІТИКУ ПРОЗОРОЮ І ГНУЧОЮ, З АКЦЕНТОМ НА КЛІЄНТСЬКИЙ КОМФОРТ.

### АДМІНІСТРАТИВНИЙ ВІДДІЛ

– Керівництво, бухгалтерія, документообіг

### СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР / ЦЕХ

– Майстри з ремонту, технічне обслуговування, діагностика

### ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ТА МЕНЕДЖМЕНТ

### МАРКЕТИНГ ТА КЛІЄНТСЬКА ПІДТРИМКА

– Робота з клієнтською базою, CRM, реклама, просування

### СКЛАД / ЛОГІСТИКА

– Зберігання автотзапчастин, облік надходжень

### ВІДГУКИ КЛІЄНТІВ

«Знаєте, машина у мене поки немає, але я вже готова у разі чого звертатись саме до @boschservice.vn»

«Дуже класні люди, дуже класне місце, дуже класний сервіс»

«Моя тітка узяла об'єм порад, але не змогла, бо купувати впродовж року, а не раз на рік»

«Відомості користувану автоподілі»

«просто не хотілось їхати на відомості користувану автоподілі»

### СЛАБІ СТОРОНИ (WEAKNESSES)

Вплив клієнтів від сезонності (наплив клієнтів весною та літом)  
Недостатній рівень онлайн-реклами  
Місцерозташування менш зручне для нових клієнтів

### ЗАГРОЗИ (THREATS)

Зростання цін на паливе (впливає на доставку)  
Економічна нестабільність на ринку  
Зниження купівельної спроможності

### МОЖЛИВІ ШАНСИ (OPPORTUNITIES)

Використання інтернет-магазину  
Через нових постачальників  
Сезонних акцій та дояльності  
Використання соціальної реклами в соцмережах

# Розробка маркетингової стратегії

## ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

Попри статус ФОП, підприємство має власну внутрішню організацію управління. Формалізованих посадових інструкцій немає — кожен працівник виконує одразу кілька ролей. Така модель характерна для малого бізнесу в Україні.

- Власник**  
— виконує функції керівника, закупника і стратегічного менеджера.
- Продавці-консультанти**  
— 2-3 особи, що відповідають за реалізацію, викладку товарів, взаємодію з покупцями.
- Логістика**  
1 вантажник/водій, що здійснює доставку.
- Облік - Бухгалтерія**  
— ведеться спрощено, частково вручну (Ексел або зошит), частково через бухгалтера на аутсорсі.

## РИНОК ВАПНЯРКИ

Гравець	Формат	Сильна сторона
ФОП Лисак	Магазин 150 м²	Локація в центрі
ФОП Коваль	Магазин 90 м²	Низькі ціни на цеглу
«БудСервіс»	Склад-дворик	Опт ≥ 5т
Онлайн (OLX, Prom)	Доставка із Вінниці	Асортимент «все»

## ГАЛУЗЕВИЙ МАСШТАБ (УКРАЇНА)

- Обсяг виконаних будробіт 2024 р.:**  
≈ 204,7 млрд (+15,5% р/р). У доларах: \$5,1 млрд (+14,6% р/р, але -45% до довоєнного 2021).
- Локомотиви зростання:**  
1. Нежитлове будівництво (+26% р/р)  
2. Державні програми «єОселя» та відбудова енергоінфраструктури
- Ціни на цемент:**  
+20% 2023, +10% 2024 (інфляційний дрейф)

Джерело

## РЕГІОНАЛЬНА СПЕЦИФІКА (ВІННИЧЧИНА)

- ВІННИЦЬКА ОБЛАСТЬ — ТИЛОВА, ТОМУ ТУТ +18% ДО ВАРТОСТІ ЖИТЛА 2024 Р. → ПОПИТ НА МАТЕРІАЛИ ЖИВИЙ
- ДОЛЯ ПРИВАТНОГО БУДІВНИЦТВА > 55% УСІХ ЗАМОВЛЕНЬ У РЕГІОНІ (ОЦІНКА НА ОСНОВІ КАДАСТРОВИХ ДОЗВОЛІВ).
- ЛОГІСТИЧНИЙ ФАКТОР: ЦЕМЕНТ ВЕЗУТЬ ІЗ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО ТА КАМ'ЯНЦЯ-ПОДІЛЬСЬКОГО (≈ 160 КМ).

## ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

- 01** Наявність тут-і-зараз (складські запаси).
- 02** Собівартість доставки від воріт до ділянки.
- 03** Довіра прорабі (рекомендації це 90% повторних продажів).
- 04** Гнучкий платіж (відстрочка 7 дн. для бригад).

@khvvvulya

# ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

Попри статус ФОП, підприємство має власну внутрішню організацію управління. Формалізованих посадових інструкцій немає — кожен працівник виконує одразу кілька ролей. Така модель характерна для малого бізнесу в Україні.

- Власник**  
— виконує функції керівника, закупівника і стратегічного менеджера.
- Продавці-консультанти**  
— 2-3 особи, що відповідають за реалізацію, викладку товарів, взаємодію з покупцями.
- Логістика**  
1 вантажник/водій, що здійснює доставку.
- Облік - Бухгалтерія**  
— ведеться спрощено, частково вручну (Excel або зошит), частково через бухгалтера на аутсорсі.

### РИНОК ВАГНЯРКІ

Гравець	Формат	Сильна сторона
ФОП Лисак	Магазин 150 м²	Локація в центрі
ФОП Коваль	Магазин 90 м²	
«БудСервіс»	Склад-дворик	
Онлайн (OLX, Prom)	Доставка із Вінниці	

## ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

Попри статус ФОП, підприємство має власну організацію управління. Формалізованих посадових інструкцій немає — кожен працівник виконує одразу кілька ролей. Така модель характерна для малого бізнесу в Україні.

- Власник**  
— виконує функції керівника, закупівника і стратегічного менеджера.
- Продавці-консультанти**  
— 2-3 особи, що відповідають за реалізацію, викладку товарів, взаємодію з покупцями.
- Логістика**  
1 вантажник/водій, що здійснює доставку.
- Облік - Бухгалтерія**  
— ведеться спрощено, частково вручну (Excel або зошит), частково через бухгалтера на аутсорсі.

### ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

- 01. Наявність тут-і-зараз (складські запаси).
- 02. Собівартість доставки від воріт до ділянки.
- 03. Довіра прорабі (рекомендації це 90% повторних продажів).
- 04. Гнучкий план (відстроєні)

### ГАЛУЗЕВИЙ МАСШТАБ (УКРАЇНА)

- Обсяг виконаних будробіт 2024 р.:**  
€204,7 млрд (+15,5% р/р). У доларах: \$5,1 млрд (+14,6% р/р, але -45% до довоєнного 2021).
- Локомотиви зростання:**  
1. Нежитлове будівництво (+26% р/р)  
2. Державні програми «єОселя» та відбудова енергоінфраструктури
- Ціни на цемент:**  
+20% 2023, +10% 2024 (інфляційний дрейф)

Джерело

### РЕГІОНАЛЬНА СПЕЦИФІКА (ВІННИЧЧИНА)

- ВІННИЦЬКА ОБЛАСТЬ — ТИЛОВА, ТОМУ ТУТ +18% ДО ВАРТОСТІ ЖИТЛА 2024 Р. → ПОПИТ НА МАТЕРІАЛИ ЖИВИЙ
- ДОЛЯ ПРИВАТНОГО БУДІВНИЦТВА > 55% УСІХ ЗАМОВЛЕНЬ У РЕГІОНІ (ОЦІНКА НА ОСНОВІ КАДАСТРОВИХ ДОЗВОЛІВ).
- ЛОГІСТИЧНИЙ ФАКТОР: ЦЕМЕНТ ВЕЗУТЬ ІЗ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО ТА КАМ'ЯНЦЯ-ПОДІЛЬСЬКОГО (≈ 160 КМ).

# Розробка маркетингової стратегії

## Аналіз інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства

Соціальні мережі (Instagram, Facebook)

Внутрішні таблиці (Excel або Google Таблиці)

САЙТ Google Analytics

Google Реклама

На підприємстві інформаційне забезпечення маркетингової діяльності реалізується переважно вручну або частково автоматизовано.

## Маркетингові задачі, що вирішуються комп'ютеризованими засобами:

Аналіз ЦА в соціальних мережах

Аналіз ефективності реклами

Індивідуальні та масові замовлення

Облік замовлень Оновлення сайту

Пошук трендів

## Цільова аудиторія магазину



- 18** Жінки віком від 18 до 45 років
- Місто Вінниця та прилеглі регіони. Онлайн
- Мають активне соціальне життя, святкують особисті події або організують їх для інших. Активні в Instagram і TikTok.
- Масовий бюджет. Пошук дешевої та якісної альтернативи.

- Студенти Молоді спеціалістки Молоді мам
- Власники малого бізнесу Навчені та їх подруги
- Окрема: інфлюенсери та блогерки

Часто готують дівчі вечери, вечірки-сюрпризи, романтичні подарунки, святкові фотозони та ін.

## Аналіз закупівлі товарів для торговельного підприємства

### ЗАКУПІВЛЯ ТОВАРІВ

Закупівля оновлюється щодня. Гнучка структура, це дозволяє адаптувати пропозиції.

Основні товари групи фармкоз засвідчена до сезонних і трендових уподобань споживачів.

### ПОСТАЧАЛЬНИКИ

Здебільшого, оптовик з Китаю, Прайв та Українці. Співпраця з постачальниками нестабільна. Мінімальні порції закупівель варіюються залежно від логістики та трендів.

### СЕЗОННІСТЬ

Значна частина товарів орієнтована на святкові події (ДН, НР, ДН, Св. Валентина, Дівоч-вечір тощо). Сезонні коливання визначають періоди інтенсивного оновлення закупівель.

## Узагальнені категорії асортименту

### ГЕЛЕВІ КУЛЬКИ

Однотонні, з малюнками, фігурні, букет кульок, цифри, літери  
Ціна: 20-150 грн за кульку/букет.

### КУЛЬКОВІ КОМПОЗИЦІЇ

Букети, арки, стійки, фігури зі кульок  
Ціна: 500-5000 грн залежно від складності

### СВЯТКОВИЙ ДЕКОР

Гірлянди, банери, серця, кульки, світлові елементи  
Ціна: 100-2000 грн

### ПОДАРУНКОВІ НАБОРИ

Набори з кульками, іграшками, сувенірами  
Ціна: 300-2500 грн

### АКСЕСУАРИ ДЛЯ СВЯТ

Капелюхи, маски, пов'язки, фотозони, ігри для вечірок  
Ціна: 50-1500 грн

### ОКРЕМІ ПОСЛУГИ

Оформлення свят, доставлення, індивідуальне замовлення букетів  
Ціна: 200 - 1000 грн

## B2B клієнти



Монпасе, 777 (Волинь), Фуршет, Червоний маркет, Цитрус, Шик і Блиск

## ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА КОМПАНІЇ



## Маркетингова цінова політика підприємства

### МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Націнка від 30% до 50%, залежно від вартості товару. Формули неімає, ціни гнучкі.

### ДИНАМІКА ВИТРАТОЄМНОСТІ

Витрати коливаються залежно від постачальників, логістики, закупівельних цін.

### ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ

Попит еластичний, підвищення ціни знижує продажі. Знижка мало, в розпродажі, системи лояльності неімає.

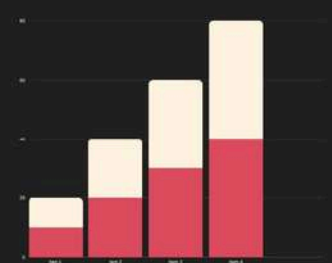
### ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ

Запровадити бонуси, аналітику, моніторинг конкурентів.

## Середній чек

Кожного дня в середньому магазин має 20-25 відвідувачів/замовлень у загальному (онлайн та офлайн).

Онлайн: 350-500 грн. на день  
Офлайн: 200 грн. на день



## ХАРАКТЕРИСТИКА ГАЗИ

В залу роздрібні торгівлі товарами святкового призначення ключову роль відіграють:

- Подарункова продукція
- Декор для подій і свят
- Індивідуальні та масові замовлення

Ця група є:

- Сезонно залежна
- Орієнтована на враження, атмосферу
- Потребує швидкої логістики
- Емоційної диференціації

## Конкуренційні можливості Aladdin

### Асортимент продукції

Широкий вибір кульок: латексні, фольговані, тематичні, з написами. Декорування свят: фотозони, фігури з кульок, подарункові коробки. Продукція для B2B: корпоративне оформлення, рекламні кульки.

### Цінова політика

Ціни вищі за середній ринок, але обґрунтовані якістю та унікальним підходом та є нижчими ніж в конкурентах. Сегмент: середній для тих, хто готовий платити за гарний результат, а також масовий бюджет на двох категоріях товару.

### Якість обслуговування

Індивідуальний підхід, комунікація через соцмережі, швидка відповідь, консультації. Висока лояльність клієнтів - багато повторних замовлень. Індивідуальний спосіб доставки - пошта, кур'єр або таксі.

## Споживчий кошук (Найпопулярніше)

### День Св. Валентина

кульки-серця, гірлянди з сердечками, букети, подарункові набори  
Ціна: 400-2000

### Новорічні свята

святкові гірлянди, світловий декор, кулькові композиції, подарунки  
Ціна: 700-3000

### 18

### День народження

кульки, тематичні композиції, гірлянди, ігри, подарунки  
Ціна: 500-2500

### Дівоч вечір

капелюхи, ігри, фотозони, кульки, тематичний декор  
Ціна: 500-2500



## Маркетингова комунікаційна політика. Канали комунікації

### Instagram

Тут іде постійна комунікація з аудиторією, сторіс із живими візуалами, де видно декор, свята, альбомів, часто публікуються результати реальних замовлень, що формує довіру. Іноді запускаються розіграші, що тримають аудиторію в тонусі.

### Сайт

Тут все чітко: фото, опис, варіанти декору, виконує свою функцію — місце, де людина знаходить відповідь на запит, сайт працює як підтвердження стабільності й професійності бренду.

### Блогери та інфлюенсери

Іх запрошують не постійно, а тоді, коли потрібно підсилити імідж-привід, або просунути конкретну лінію товарів. Наприклад, останній — замрій — створив відео, що вдало підкреслило святковості і стиль бренду. Формат співпраці — органічний, без тиску, більше дружній.

## Розробка бренд-героя для емоційної комунікації з клієнтами



### НАЗВА ГЕРОЯ: ДЖИНІ

Походження ідеї: асоціація з мультфільмом Алaddin, де джинні виконує бажання — як і магазин, що створює атмосферу свята на замовлення.

### ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ ГЕРОЯ:

- Створено у стилі розмалювки з елементами блиску, як дитяча казка, що оживає.
- Кольора палітра:
  - Основний: насичений рожевий — корпоративний колір бренду.
  - Блакитні очі — референс до зовнішності власниці, що персоналізує бренд.
  - Деталі: блискотки, елементи свята (конфетти, зорі тощо)

Слоган/меседж: "Просто забажай — і свято буде!"

