



# Портфолио

Артем Малыш, 35 лет.

- интернет-маркетолог (таргетолог, smm специалист)
- руководитель направления маркетинга

тел.: +380 93 228 79 51

**Есть в команде:** специалист по контекстной рекламе, программист, специалист по SEO, дизайнер, копирайтер, видеооператор, фотограф и специалист по производству рекламы.

## Сферы, с которыми работал:

- Медицина (стоматология, пластическая хирургия, превентивная медицина)
- Финансы (банки, ломбарды)
- Обучение (психология, танцы)
- Фитнес
- Недвижимость (продажа квартир в Турции)
- Строительные материалы и декор

# Профессиональные навыки:

- Управляю командой и проектами
- Разрабатываю продукты, УТП, и брендинг
- Настраиваю таргетинг в Facebook и Instagram (закончил школу при агентстве UA Master, SODA в 2019г.). Прошел обучение в Blue print Facebook (курсы по размещению рекламы, рекламным целям)
- Веду страницы в Facebook и Instagram
- Анализирую результаты. (Сертификат продвинутый курс Google analytics)
- Пишу тексты на русском и украинском языках.
- Рисую в графическом редакторе Corel Draw
- Умею управлять сайтами на wordpress, wix, tilde
- Могу сделать любую печатную продукцию, коробки и наружную рекламу
- Умею создавать и воплощать в жизнь социальные проекты и организовывать мероприятия
- Умею организовывать и проводить маркетинговые исследования F2F, глубинные интервью
- Умею анализировать данные и на их основании предлагать решения для роста продаж и прибыли в компании

# Проекты точечные: настройка таргетированной рекламы

**Клиент:** клиника пластической хирургии Stunning You, Berlin

**Зона ответственности:** привлечение лидов на услуги клиники

**Инструменты:** реклама в Facebook и Instagram

**Call to action:** бонусы и скидки на услуги лазерной эпиляции

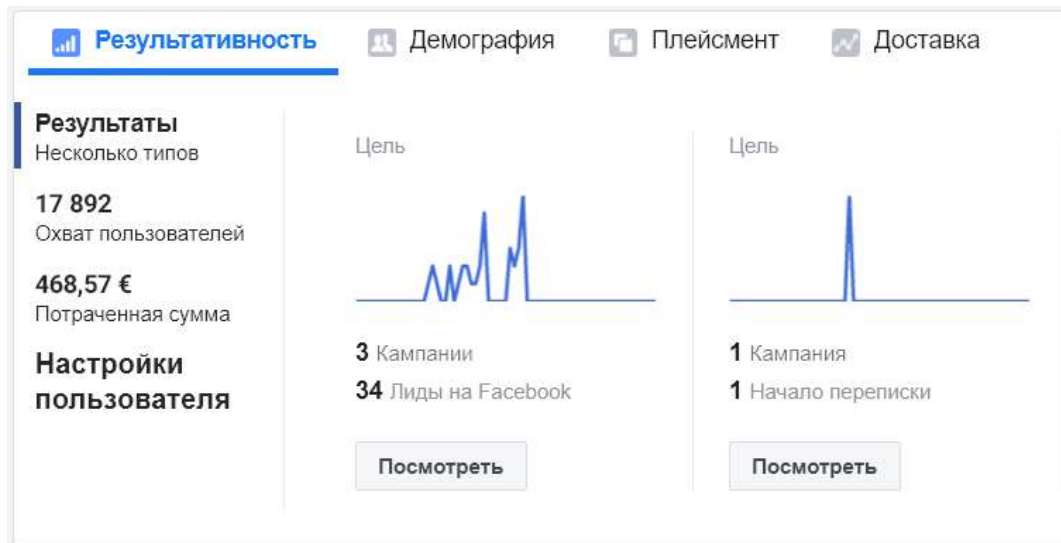
**Ссылки на страницы:** [Instagram](#), [facebook](#)

**Длительность:** 2 мес.

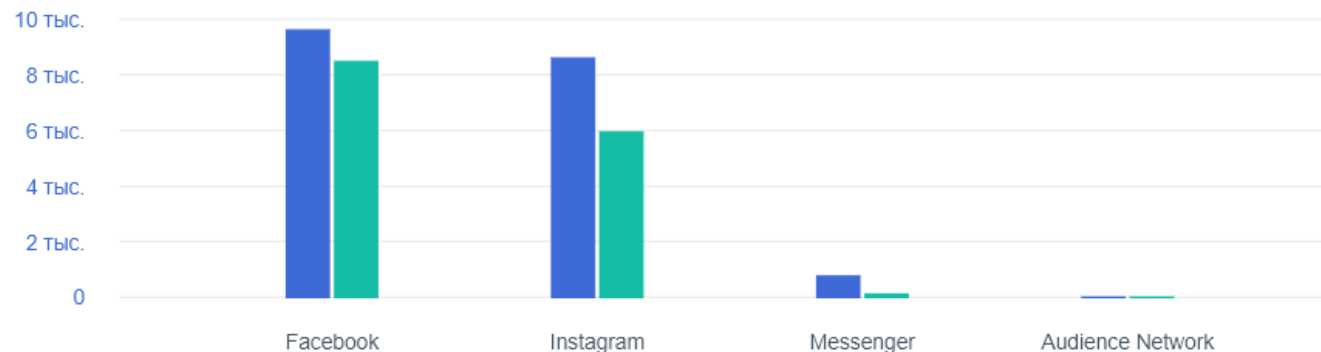
1 неделя. 4 лида, потратили - 107,28 €. Стоимость за лид 26,82€

2 неделя. 10 лидов, потратили 173,03€. Стоимость за лид 17,3€

3 неделя. 7 лидов, потратили 60,83 €. Стоимость лида - 8,69€



17 892 Охват ▾ 468,57 € Потраченная сумма ▾



# Проекты точечные: настройка таргетированной рекламы

**Клиент:** психолог Алла Рожкова (проект Преображариум)

**Зона ответственности:** привлечение лидов на курс и частные консультации

**Инструменты:** реклама в Facebook и Instagram

**Call to action:** бесплатное анкетирование, знакомство с психологом, скидка

**Ссылки на страницы:** [Instagram](#), [facebook](#)

**Длительность:** 2 мес.

87 регистраций на услуги на сайте (бюджет конверсионных компаний 78,84\$) – 0,91\$/конверсия

12 лидов

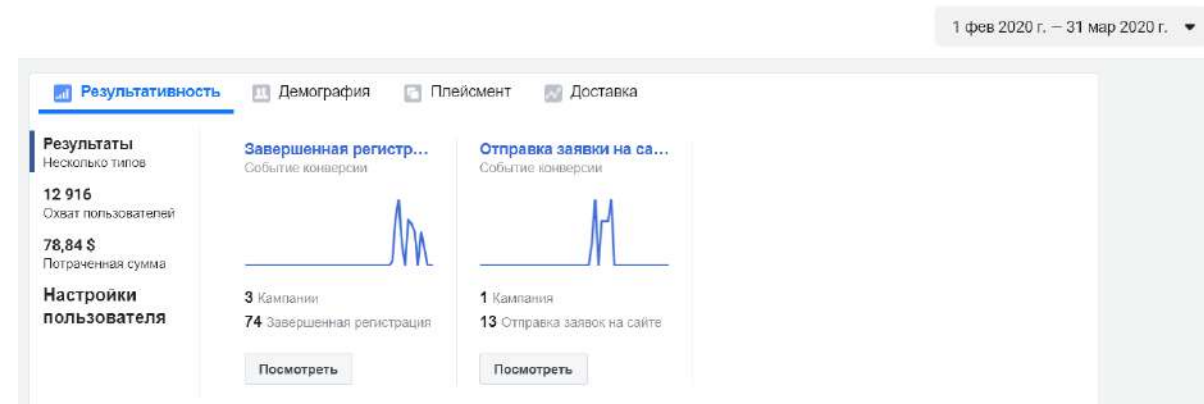
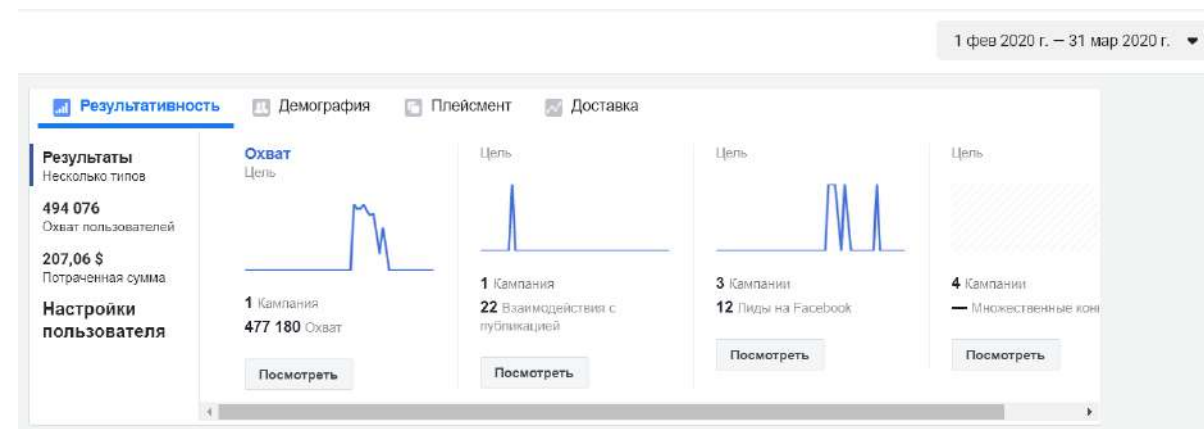
Охват кампания (видео) - 477180 чел.

Всего потрачено 207,06\$

Стоимость обращения – 2,09\$



ПРЕОБРАЖАРИУМ



# Проекты точечные: настройка таргетированной рекламы

Клиент: Fiastaladies

Зона ответственности: привлечение на занятия учениц

Инструменты: реклама в Facebook и Instagram

Call to action: бесплатное пробное занятие

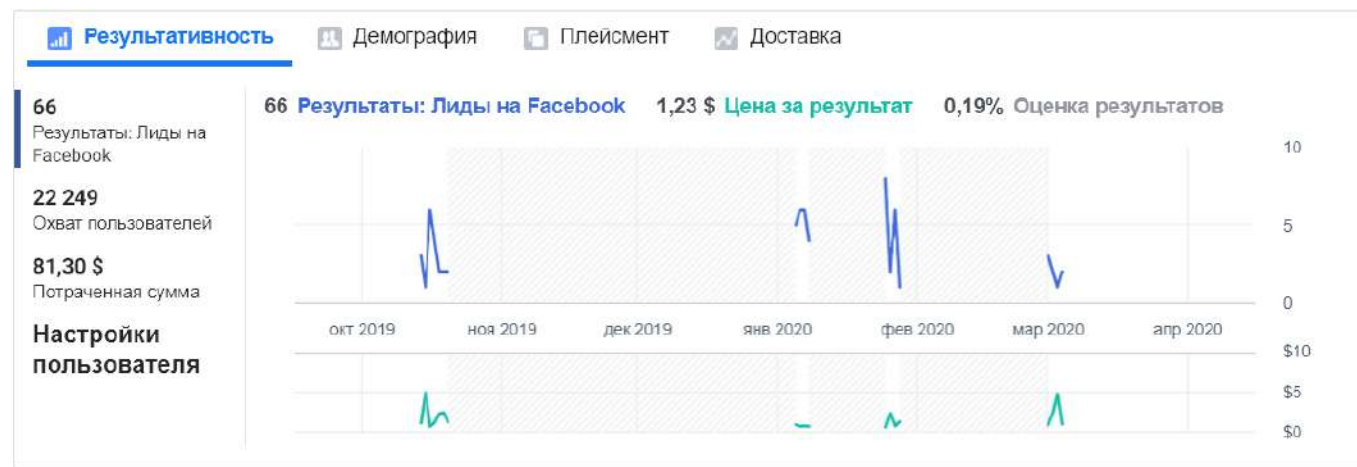
Ссылки на страницы: [Instagram](#), [facebook](#)

Длительность: 6 мес. (по необходимости включали рекламу)

66 лидов, 81,3\$ потрачено. Стоимость лида – 1,23\$

В последних компаниях стоимость лидов снизили до 0,85\$

Охват кампаний- 22 249 чел.



# Управление маркетингом в сети стоматологий (11мес.).

**Зона ответственности:** привлечение пациентов и рост имиджа компании

**Инструменты:** контекстная реклама, SEO, Facebook, Instagrame, офф-лайн мероприятия

**Call to action:** бесплатное пробное занятие

**Ссылки на страницы:** [Instagram](#), [facebook](#), [сайт](#)

**Длительность:** 11 мес.

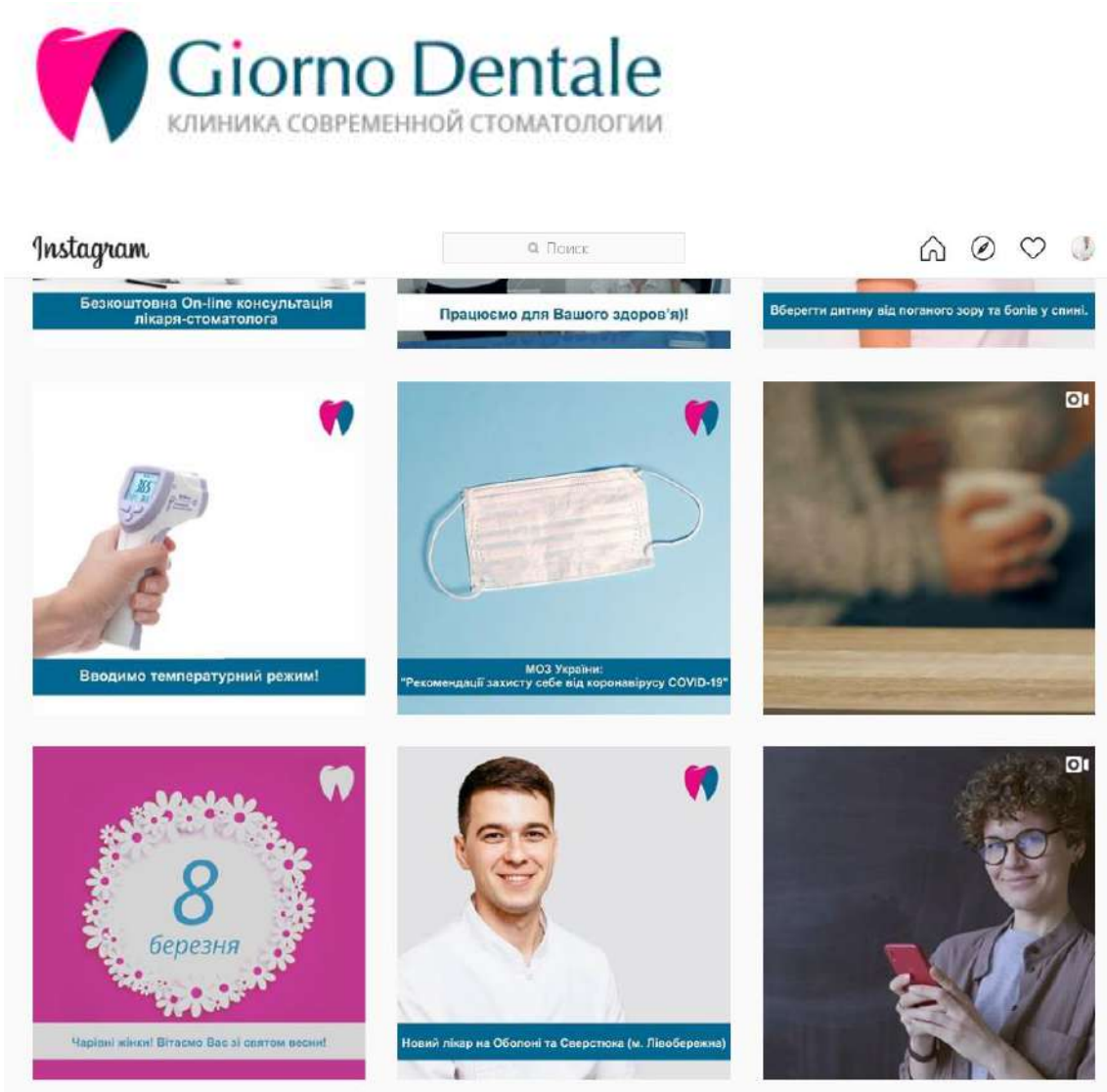
Рост продаж и количество пациентов в среднем на 10% в мес.

(Больше данных распространять не могу)

Запустили социальный проект

Провел смену позиционирования и отстройку от конкурентов

Повысил эффективность работы инструментов привлечения пациентов через сайт и социальные медиа в 2 раза с мая 2019г.



# “FitCurves” – исследования и управление маркетингом компании (2 года)

## FitCurves

- Анализ конкурентов
- Swot анализ
- Глубинные интервью
- F2F Опрос
- Стратегические и тактические решения
- Разработка продуктов
- Смена позиционирования
- Разработка сценариев продаж
- Разработка программы лояльности
- Комаркетинг проекты
- Разработка маркетинг плана

### Задача:

1. Найти резервы роста компании на рынке.
2. Провести сегментацию
3. Разработать продукты под новые сегменты
4. Внедрить их и запустить в сети
5. Проведение рекламных кампаний
6. Ведение коммуникации от имени компании
7. Рост продаж на 50%

### Решение:

1. Провели полный анализ компании
2. Сделал сегментацию
3. Нашел сегменты для роста.
4. Разработал маркетинговую стратегию
5. Подготовил новую линейку продуктов.

### Результаты:

1. Сформировали полностью новую продуктовую линейку
2. Сопровождали все коммуникации компании 9 мес. в 2018 г.
3. Результаты внедрения первых 3 мес. – рост продаж 21% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

**FitCurves**  
ПРОГРАММА  
ЗДОРОВЬЕ ДЛЯ ТЕБЯ



ЕСЛИ БЫ МЫ МОГЛИ  
МЫ БЫ ДЕЛАЛИ ЗА ВАС ВСЕ,  
КРОМЕ ФИТЧЕСС!

www.fitcurves.org,  
0 800 30 30 35

ПРОГРАММА «ЗДОРОВЬЕ ДЛЯ ТЕБЯ» ВКЛЮЧАЕТ:  
ВЫСЛЕДЫ ИС-ПРОБА, ВОССТАНОВЛЕНИЕ, САРКОМЕРИТИЗМ И  
АКТИВНОСТЬ ПРОСТАТИДИС-ПРОБА И ПРОСТАТИДИС-ПРОБА

**FitCurves**  
КОМПЛЕКСНАЯ  
ПРОГРАММА ПОХУДЕНИЯ



ЕСЛИ БЫ МЫ МОГЛИ  
МЫ БЫ ДЕЛАЛИ ЗА ВАС ВСЕ,  
КРОМЕ ФИТЧЕСС!

www.fitcurves.org,  
0 800 30 30 35

КОМПЛЕКСНАЯ ПРОГРАММА ПОХУДЕНИЯ ВКЛЮЧАЕТ:  
ВЫСЛЕДЫ ИС-ПРОБА, ВОССТАНОВЛЕНИЕ, САРКОМЕРИТИЗМ И  
АКТИВНОСТЬ ПРОСТАТИДИС-ПРОБА И ПРОСТАТИДИС-ПРОБА

**FitCurves**  
ПРОГРАММА  
АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ



ЕСЛИ БЫ МЫ МОГЛИ  
МЫ БЫ ДЕЛАЛИ ЗА ВАС ВСЕ,  
КРОМЕ ФИТЧЕСС!

www.fitcurves.org,  
0 800 30 30 35

ПРОГРАММА АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ ВКЛЮЧАЕТ:  
ВЫСЛЕДЫ ИС-ПРОБА, ВОССТАНОВЛЕНИЕ, САРКОМЕРИТИЗМ И  
АКТИВНОСТЬ ПРОСТАТИДИС-ПРОБА И ПРОСТАТИДИС-ПРОБА

**FitCurves**  
ПРОГРАММА  
ТВОЯ ИДЕАЛЬНАЯ ФИГУРА



ЕСЛИ БЫ МЫ МОГЛИ  
МЫ БЫ ДЕЛАЛИ ЗА ВАС ВСЕ,  
КРОМЕ ФИТЧЕСС!

www.fitcurves.org,  
0 800 30 30 35

ПРОГРАММА ТВОЯ ИДЕАЛЬНАЯ ФИГУРА ВКЛЮЧАЕТ:  
ВЫСЛЕДЫ ИС-ПРОБА, ВОССТАНОВЛЕНИЕ, САРКОМЕРИТИЗМ И  
АКТИВНОСТЬ ПРОСТАТИДИС-ПРОБА И ПРОСТАТИДИС-ПРОБА

# Организация и проведение исследований для компании “Nuga Best” (6 мес.)



## Задача:

1. Найти резервы роста компании на рынке.
2. Найти способы роста посещаемости салонов
3. Провести сегментацию целевой аудитории
4. Проверить полученные гипотезы развития компании на исследованиях
5. Сформировать выводы и направления развития для роста бизнеса

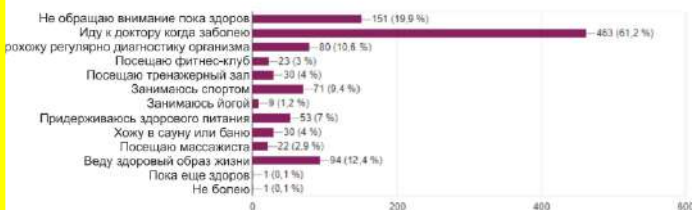
## Решение:

1. Опрос персонала
2. Глубинные интервью
3. F2F Опрос
4. Стратегические и тактические решения

## Результаты:

1. Сформировали полностью новую продуктовую линейку
2. Сопровождали все коммуникации компании 9 мес. в 2018 г.
3. Результаты внедрения первых 3 мес. – рост продаж 21% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

## Как респонденты заботятся о своем здоровье:



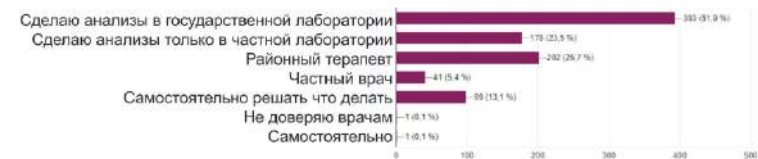
В Украине большинство опрошенных респондентов идут к доктору, когда заболевают (61,2%) или не обращают внимание пока здоровы (19,9%). Часть ведет здоровый образ жизни (12,4%), проходят регулярно диагностику организма (10,6%), занимаются спортом, фитнесом или посещают тренажерный зал (16,4%), придерживаются здорового питания (7%). Клиенты компании в отличие от всей аудитории больше проходят диагностику (26,43%), ведут здоровый образ жизни (24,13%) и только после идут к врачу (13,79%), меньше тратят время на спорт, тренажерный зал и фитнес.

## Приемлемые способы лечения для респондентов:



65,1% респондентов пойдут в государственную клинику, 18% в частную клинику, 13,7% доверяют врачам, но все проверяют сами, исключительно на врачей полагаются 11,2%, 4,4% на восточную медицину и целителей. Клиенты компании 49% идут в государственную поликлинику, 10% идут в частную клинику и больше доверяют восточной медицине и целителям 12%.

## Кому респонденты доверят диагностику организма:



Большинство респондентов ответили, что диагностику доверят государственной лаборатории - 51,9%, доверят диагностику районному терапевту - 26,7%, в частную лабораторию пойдут - 23,5% опрошенных, самостоятельно будут решать - 13,1%, а вот частному врачу доверяют - 5,4%. В отличие от мнения респондентов клиенты компании больше самостоятельно ориентируются на свои решения, меньше пойдут в частные лаборатории и к частным врачам.

# Исследования для сети магазинов английского декора "Manders« (2 года)

## Ситуация:

Компания не могла увеличить продажи некоторых позиций своего ассортимента.

## Задача:

1. Разработать стратегию развития компании в сегменте соков

## Решение:

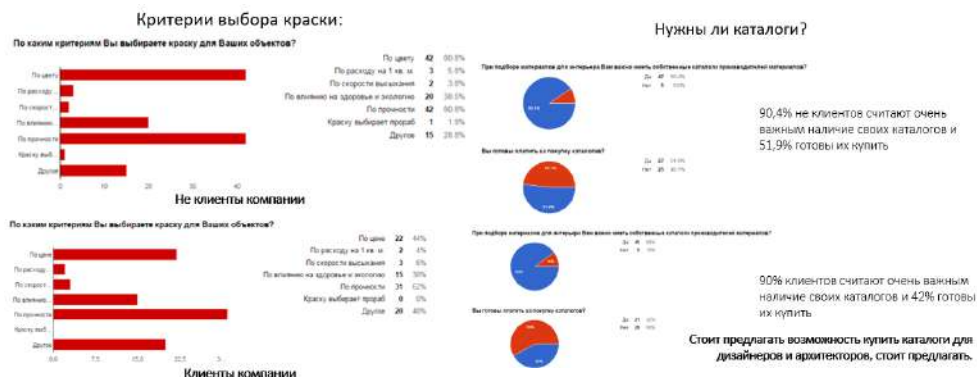
1. Изучение конкурентов – выкладка товара, ценовая политика, семантический анализ, анализ рекламных кампаний
2. F2F Опрос клиентов
3. Тайный покупатель

## Результаты:

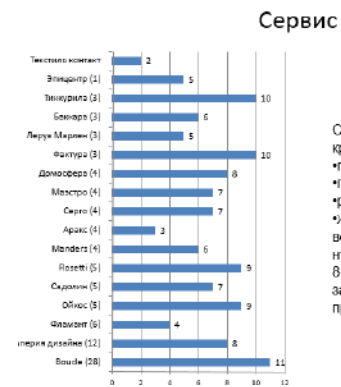
1. Стратегические и тактические решения внедрены компанией.
2. Рост объема продаж
3. Смена выкладки товаров
4. Ремонт в помещении



## Опрос клиентов методом анкетирования



## Анализ конкурентной среды



## Swot анализ

|                  | Сильные стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Слабые стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Внутренняя среда | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Возможность купить пробные образцы краски</li><li>2. Знания менеджера в области краски и глубина консультации по ней</li><li>3. Место расположения</li><li>4. Ценовая политика на краску</li><li>5. Персонализация</li><li>6. Концентрация на английском декоре</li></ol>                                                                                                                | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Малый ассортимент</li><li>2. В интерьере не представлены зоны и в оформлении помещений не в полной мере раскрыты возможности материалов</li><li>3. Высокая требовательность к аккредитации дизайнера</li><li>4. Сопутствующий сервис отсутствует</li><li>5. Программы лояльности не конкурентно способны</li><li>6. Прямые коммуникации с клиентами отсутствуют</li><li>7. Слабая продвижение интернет сайта и сообщества в Facebook</li></ol> |
|                  | Возможности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Угрозы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Внешняя среда    | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Расширение ассортимента – как привлечь расширение длины среднего чека</li><li>2. Расширение сервиса для роста среднего чека</li><li>3. Открытие новых точек продаж с высокой площадью</li><li>4. Расширение партнерских отношений с дизайнерами на счет расширения программы лояльности и создания для них новых сервисов</li><li>5. Создание магазина с полным обслуживанием.</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Выходные риски</li><li>2. Инфляция</li><li>3. Расширение сети магазинов конкурентов</li><li>4. Мандаринский рынок связанная с тем, что в конце ноября Россия</li></ol>                                                                                                                                                                                                                                                                         |

# Two House – управление отделом маркетинга, (6 мес.)

## Ситуация:

Компания выходила на рынок продажи зарубежной недвижимости в Украине.

## Задача:

1. Получить продажи 2-3 квартир в мес.



## Решение:

1. Изучения рынка
2. Изучение конкурентов
3. Создание продукта
4. Продвижение: сайт, организация и проведение семинаров, социальные медиа,
5. Пиар и партнерские программы

## Результаты:

1. Посещения семинара – 16-20 чел.
2. Регистрация на семинар 50+ чел.
3. Группа в фейсбуке – 1000+ подписчиков
4. Продажи на момент окончания работы с проектом: 6 квартир за 6 мес.

## Создания продукта



## Организация, продвижение и проведение семинаров



# Ломбард «Синдикат: (3 мес.)

## Ситуация:

Компания имела достаточно широкую сеть отделений, но средний кредитный портфель отделения был намного ниже по сравнению с конкурентами

## Задача:

1. Повысить продажи в компании на 30%

## Решение:

1. Опрос клиентов, экспертов, руководителей
2. Конкурентный анализ
3. Управление ценовой политикой
4. Разработка продуктов
5. Программа лояльности
6. Инструменты продвижения точки ломбарда
7. Обучения персонала

## Результаты:

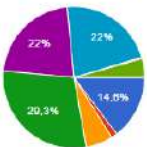
1. Рост кредитного портфеля более чем на 1/3
2. Рост доходности компании более чем на 40%

## Исследования и аналитика

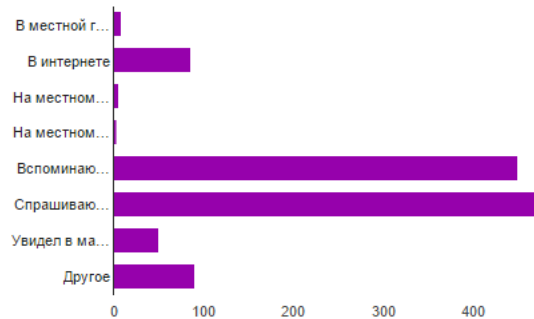
Укажите уровень образования



Укажите свой социальный статус:



Как ищете информацию о ломбарде?



## Основные решения

### Решение:

1. Доработка внешнего вида отделений
2. Обучение персонала
3. Продвижение не ломбарда в целом, а конкретных отделений.
4. Смена тарифной сетки
5. Расширение услуг услуги: ремонт ювелирных изделий, продажа ювелирных изделий
6. Конкурентный анализ не всех игроков рынка, а конкретного списка компаний

**ПОМБАРД**

**Кредит дня:**

от **35 коп.** за 100 грн. кредита в день

- Выдана 100% суммы оценки
- На любую сумму
- На любой срок
- Конфиденциальность
- Залог: золото и др.

250 отделений в 17 регионах Украины

Обращайтесь - мы поможем!

**ПОМБАРД**

**Купуємо дороге золото\***

- Швидка безкоштовна оцінка
- Конфіденційність
- Висока ціна
- Надійність

Відділення в 17 регіонах України

Звертайтесь - ми допоможемо!



# Золотой ломбард (позже продали в сеть «Синдикат») (1 год)

## Ситуация:

Компания имела 27 отделений, но средний кредитный портфель отделения был намного ниже по сравнению с конкурентами

## Задача:

Повысить эффективность инструментов маркетинга и стоимость компании

## Решение:

1. Опрос клиентов, экспертов, руководителей
2. Конкурентный анализ
3. Управление ценовой политикой
4. Разработка продуктов
5. Программа лояльности
6. Инструменты продвижения точки ломбарда
7. Обучения персонала

## Результаты:

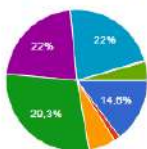
Капитализация компании выросла в 10р.

## Исследования и аналитика

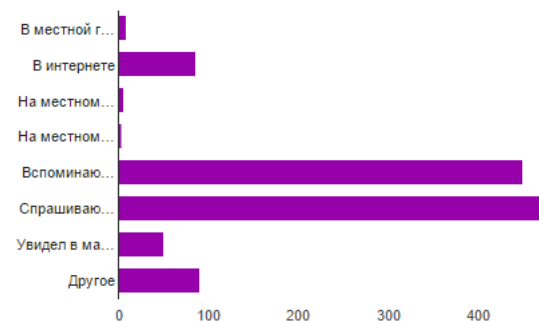
Укажите уровень образования



Укажите свой социальный статус:



Как ищете информацию о ломбарде?



## Основные решения

## Решение:

1. Доработка внешнего вида отделений
2. Обучение персонала
3. Продвижение не ломбарда в целом, а конкретных отделений.
4. Смена тарифной сетки
5. Расширение услуг услуги: ремонт ювелирных изделий, продажа ювелирных изделий
6. Конкурентный анализ не всех игроков рынка, а конкретного списка компаний

**ПОМБАРД**

**Кредит дня:**

от **35 коп.** за 100 грн. кредита в день

• Выдача 100% суммы оценки  
• На любую сумму  
• На любой срок  
• Конфиденциальность  
• Залог: золото и др.

250 отделений в 17 регионах Украины

Обращайтесь - мы поможем!

**ПОМБАРД**

**Купуємо дороге золото\***

Швидка безкоштовна оцінка  
Конфіденційність  
Висока ціна  
Надійність

Адреса найближчого відділення:

Відділення в 17 регіонах України

Звертайтесь - ми допоможемо!