



ITPEDIA GROUP

Автоматизированная система маркетинга и продаж.

Путем создания **туннеля продаж**,
который работает 24/7





ITPEDIA GROUP

**В это время комфортно
наблюдайте за процессом
развития компании и
занимайтесь её
внутренней
политикой**





ITPEDIA GROUP

Точка "А" MDK, что мы имеем сейчас

Есть хорошо налаженный
оффлайн бизнес, но онлайн
сейчас находится в сыром виде.

В данный момент времени компания столкнулась с тем, что полностью **отсутствует понимание продуктовой матрицы**. Компания **теряет огромные деньги**, пытаясь продавать только основной продукт. Основной продукт продается в количестве 8 к 5000 (Исходя из личного наблюдения)

Это говорит о том, что:

- нет автоматизированной системы маркетинга
- нет аналитики
- нет автоматизированного контроля бизнес процессов
- нет системы возврата клиентов
- нет скрипта продаж
- нет дополнительных услуг





ITPEDIA GROUP

Почему это происходит?

Наш анализ исходя из 3х месяцев работы.

По статистике более 80% населения **предпочитают делать интернет-покупки вместо оффлайн процесса.**

43% граждан Украины совершают покупки через социальные сети.

Одежда - ведущая онлайн вертикаль.

59% онлайн покупок - приобретение одежды через интернет.

Основное отличие онлайн от оффлайн покупок состоит в том, что покупателю онлайн можно **несколько раз показывать наши рекламные предложения и бесплатно его возвращать**, и допродавать бесконечное множество раз. Это один из главных инструментов, который у вас не используется.

Ваш бизнес сейчас находится на стадии, когда **нужно развивать онлайн маркетинг.**





Действия пошагово, чтобы получить желаемый результат:

1

Исследование аудитории, которое в свою очередь делится на:

- | | |
|--|--|
| 1.1 разбиваем аудиторию на сегменты | 1.5 заполнение опросников (выделяем боли, потребности, страхи и возражения наших сегментов) |
| 1.2 определяем будет ли узкодефинироваться или группироваться 2-3 сегмента в один общий. | 1.6 аудитория изучена (отчет) |
| 1.3 даем четкое определение сегментам | |
| 1.4 проводим интервью с 5-10 респондентами | |

2 недели работы





2

Распаковка смыслов

- | | | | |
|-----|---------------------------------------|-----|--------------------------------------|
| 2.1 | заполнение майнд-карты (чаша весов) | 2.4 | на основе выгод формулируем обещания |
| 2.2 | создание графы "желание потребителей" | 2.5 | обработка страхов и возражений |
| 2.3 | создание графы "выгоды" | | в графе "чаша стресса" |

1 месяц работы

3

Упаковка основного продукта

- | | | | |
|-----|---|-----|--|
| 3.1 | Формируем "Ядро" нашего торгового предложения | 3.4 | "Обкатываем" презентацию на реальных потребителях |
| 3.2 | Обосновываем торговое предложение (создаем карту обоснования) | 3.5 | Добиваемся реальных продаж, дополняем КП недостающими смыслами |
| 3.3 | Упаковываем презентацию (коммерческие предложения) | 3.6 | Переносим смыслы с КП на лендинг пейдж (создаем лендинг пейдж) |

1 месяц работы



4

Упаковка "продукта пробника"

- 4.1 Создаем набор подпроблем или субпотребностей потребителя
- 4.2 Определяем ключевую подпроблему или субпотребность
- 4.3 Выбираем формат пробника, которым мы закрываем желания потребителя
- 4.4 Генерируем гипотезу пробника
- 4.5 Создаем и обкатываем конвертер продаж в лобовую на холодном рекламном трафике
- 4.6 Если конвертер работает, создаем сам продукт пробник

2 недели работы



5

Упаковка "продукта приманки"

- 5.1 Путем опроса определяем несколько подболей и субпотребностей, за решение
- 5.2 Выбираем форматы в рамках которого мы создадим лид-магниты
- 5.3 Генерируем идеи и офферы для будущих лид-магнитов
- 5.4 Генерируем конвертеры (подписные, 3-5 лид-магнитов)
- 5.5 Запускаем холодный рекламный трафик и отбираем самые конверсионные лид-магниты
- 5.6 Создаем под показавшие лучший результат оффер - единицу контента

2 месяца работы



6

3 дожимных письма

- 6.1 Определяем темы для кейса и пути к результату
- 6.2 Создаем план статей
- 6.3 Создаем черновые текста будущих статей
- 6.4 Разбавляем статью уникальным фото\видео контентом
- 6.5 Создаем систему из чат-ботов
- 6.6 Собираем туннель продаж в единую систему

1 месяца работы

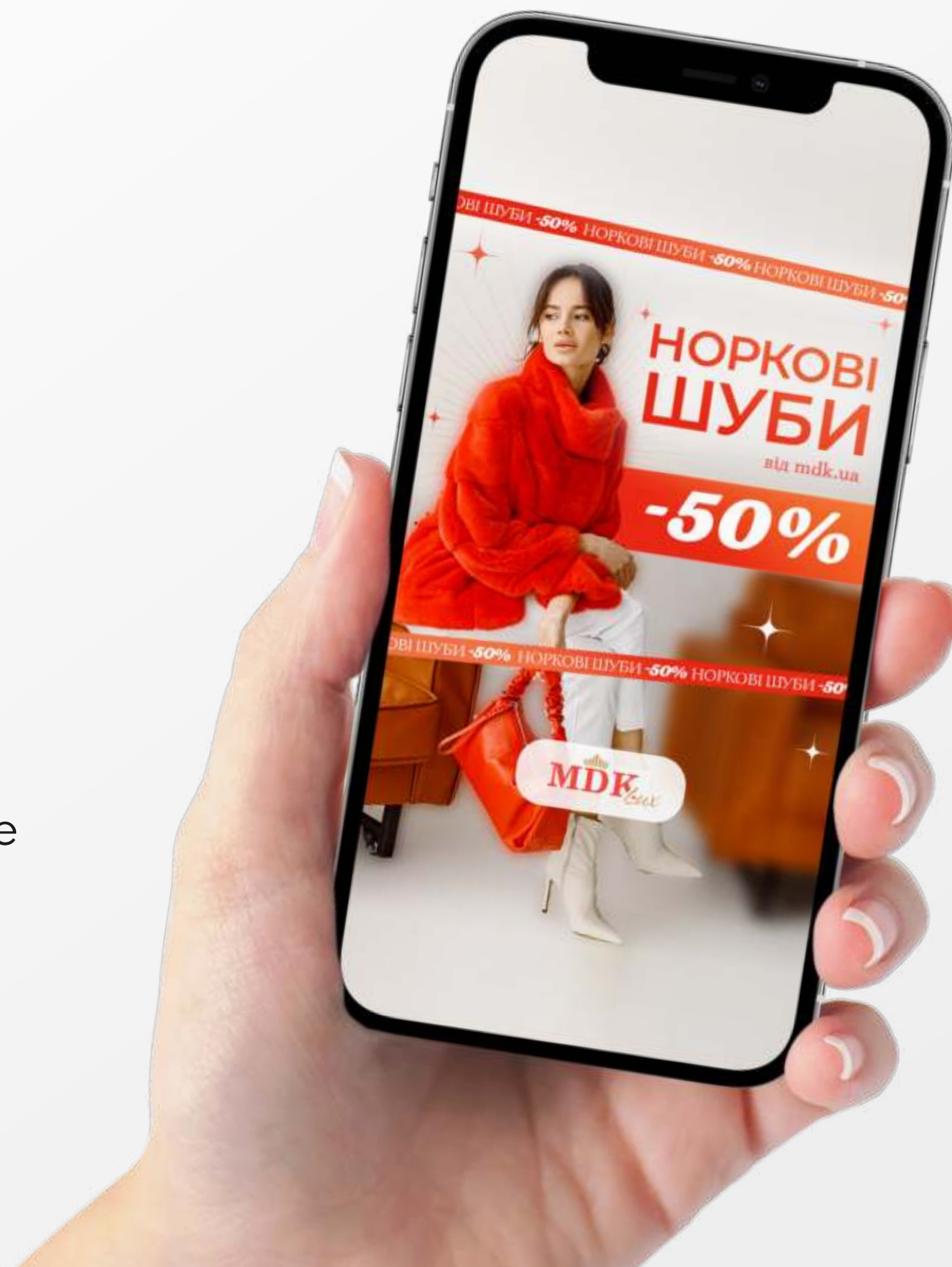


ITPEDIA GROUP

Таким образом вы получаете:

Контролируемый поток клиентов, со стабильным еженедельным приростом. Автоматизированную систему привлечения клиентов, продаж, возврата клиентов.

В компанию будет внедрена **автоматизация бизнес процессов**, которая исключает погрешность человеческого фактора. MDK будет не только готов к онлайн продажам, а будет иметь огромное преимущество перед конкурентами и смежными нишами.





ITPEDIA GROUP

**КАК это работает,
и ПОЧЕМУ
это работает:**





ПРОРАБАТЫВАЕМ ПОРТРЕТА ЦА

Подробный **портрет платежеспособной аудитории** и выявление мотиваторов, которые будут способствовать **записи именно к вам**

СОЗДАЁМ ЛИДОГЕНЕРАЦИЮ

Получаем **стабильный поток** новых клиентов

РАЗРАБАТЫВАЕМ ПРОДУКТОВУЮ МАТРИЦУ

Внедрение **максимизаторов прибыли**, которые позволяют увеличить **ваш доход в x3/x5/x10 раз**



СОЗДАЁМ ЛОНЧ

Автоматизированная система закрытия людей на услуги с высоким процентом % продаж 24\7

СОЗДАЁМ СКРИПТ ПРОДАЖ

Закрываем **проблему с низким % продаж**, каждая вторая заявка становится **нашим клиентом**

СОЗДАЁМ СИСТЕМУ ИЗ ЧАТ БОТОВ

Получаем **автоматическую систему возврата** и прогрева клиентов



ЛИД-МАГНИТЫ

Продукты-приманки без риска для клиента.
Они закрывают под-боли и суб-потребности.

ПРОДУКТ ПРОБНИК

Быстроупотребляемый продукт низкой стоимости, но высокой ценности для клиента.
Покупке такого продукта тяжело сопротивляться



КОНТРОЛЬ БИЗНЕС ПРОЦЕССОВ

Получаем автоматическую систему отчетности и **наглядные итоги** дня/недели/месяца/квартала.

ИТОГО:

Проработка
портрета ЦА

Лидо-
генерация

Продуктовая
матрицы

Создание
лонча

Скрипт
продаж

Система
чат ботов

Лид
магниты

Продукт
пробник

Контроль
бизнес процессов



ITPEDIA GROUP

Прогнозируемые результаты

В ФОРМАТЕ БЫЛО - СТАЛО





БЫЛО

- **Система привлечения клиентов:**

Нет автоматизированной системы маркетинга

- **Плохая конверсия:**

Критически низкий % продаж.

- **Нехватка рабочей силы:**

Текущие кадры не успевают обрабатывать текущий поток, а если и успевают, то некачественно.

СТАЛО

- **Система привлечения клиентов:**

настроена система из лид-магнитов, продуктов пробников, чат-ботов, которые автоматически обрабатывают, дожимают и допродают клиентам.

- **Конвертер продаж:**

Высоко-конверсионная система продаж. Контролируемый рост входящих заявок.

- **Автоматизация:**

Большая часть работы автоматизирована, остается только обработка максимально заинтересованных заявок, которые нацелены на покупку

- + система мотивации/прогрева/возврата клиентов

- + автоматизированная система оповещения (схожая с мобильным приложением)



ITPEDIA GROUP

Стоимость услуг

Всего нас ждёт 6 месяцев работы

ЭТАП 1

**Исследование
аудитории -**
2 недели работы

ЭТАП 2

Распаковка смыслов -
1 месяц работы

ЭТАП 3

**Упаковка основного
продукта -**
1 месяц работы



ITPEDIA GROUP



Общая сумма: **324 000 гривен**

ежемесячная оплата или по этапам работы

ЭТАП 4

**Упаковка "продукта
пробника" -**
2 недели работы

ЭТАП 5

**Упаковка "продукта
приманки" -**
2 месяца работы

ЭТАП 6

3 дожимных письма -
1 месяц работы