

Как опередить конкурентов с помощью грамотно выстроенной digital-стратегии





Будем знакомы!

Артём Кашехлебов

ГУУ, кандидат экономических наук. Практический опыт в сфере digital-маркетинга и брендинга более 20 лет.

Брендолог в PINKMAN. Основатель брендингового агентства SENSESAY, Генеральный директор проекта The Motors, спикер ряда российских бизнес-школ (Нетология, Школа новых медиа (ВШЭ), РАНХиГС, Плехановский университет, RMA, ГУУ MBA).

Ранее работал директором по маркетингу и курировал продвижение интернет-проектов в венчурных фондах и инкубаторах: MABIUS, Медиа-группа ЖиВи, Fast Lane Ventures. Занимался развитием и построением стратегий продвижения в digital-агентствах OutOfTheBox и The Directors для ряда известных брендов: Эфес (Efes), KFC, Jaguar Land Rover, Mars-Russia (Коркунов), Henkel Rus, Банк Русский стандарт.

Facebook: [artem.kashehlevov](https://www.facebook.com/artem.kashehlevov)

Кто тут лидер в России?

LEEROYMERLIN

Дом для Дома!

СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ
ПЕТРОВИЧ

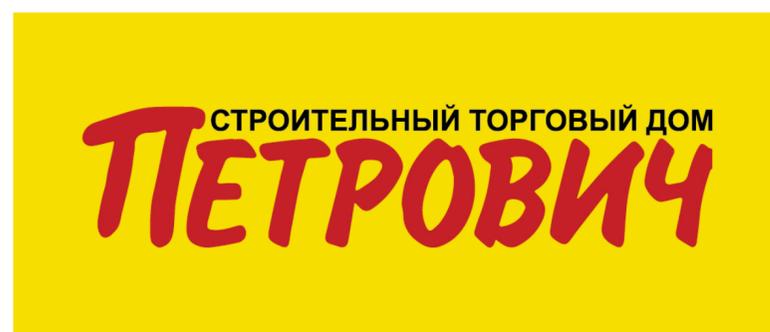
Кто тут лидер в России?



Тут все просто



Лидер
№1



Не лидер,
№4 по объему продаж
(в 5 раз ниже)

Рейтинг крупнейших магазинов строительных и отделочных материалов России - 2015

(Рейтинг «DIY Retail Russia TOP»)

№	Компания	Бренд	Выручка в 2014 году, млрд. руб.
1	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	118,6
2	ОБИ Россия	ОБИ	42,5
3	Касторама Рус, ООО	Castorama	26,2
4	СТД Петрович, ООО	Петрович, Уровень	22,6
5	Сатурн, ЗАО	СатурнСтройМаркет	20,0
6	МАКСИДОМ, ООО	Максидом	17,2
7	Стройформат, ООО	Метрика	14,6
8	К-раута Рус, ООО	К-раута	12,7
9	Строительный двор, ООО (ГК "Строительный Двор")	Строительный Двор, Теплоотдача, Половик	12,6
10	Бауцентр Рус, ООО (ГК "Бауцентр")	Бауцентр	12,2

Тут сюрприз



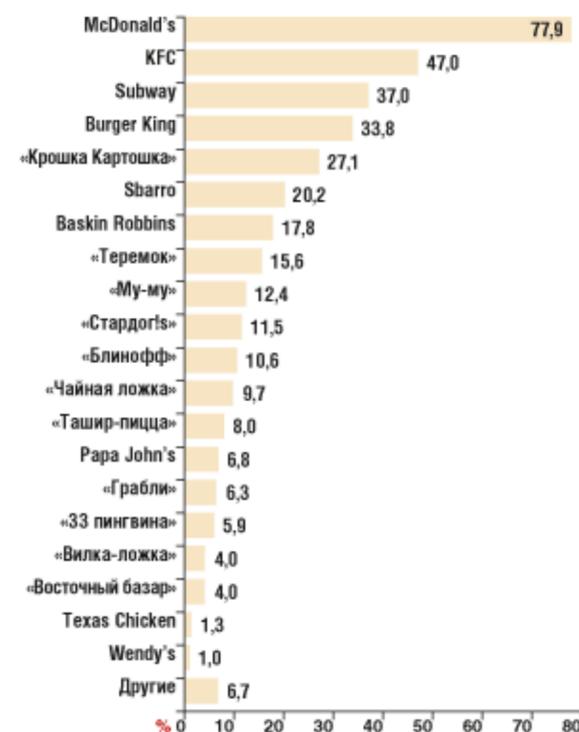
Лидерует по кол-ву точек (419 у 33 пингвина, против 325 у BR)



Лидерует по известности (17,8% у BR против 5,9% у 33 пингвина)

Аналитика

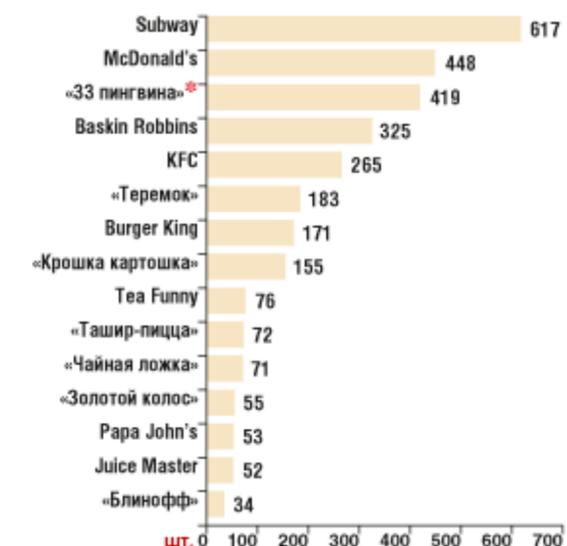
Рисунок 5. РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ СЕТЕВЫХ ФАСТ-ФУД РЕСТОРАНОВ ПО УРОВНЮ ИХ ИЗВЕСТНОСТИ, % от числа опрошенных*



Источник: исследование и прогноз «РБК.research»

* Жителей городов России 100 тысяч +, посетивших фаст-фуд рестораны хотя бы один раз за период с сентября 2013-го по март 2014 года.

Рисунок 4. ТОП-15 КРУПНЕЙШИХ СЕТЕВЫХ ФАСТ-ФУД РЕСТОРАНОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЗАВЕДЕНИЙ в конце апреля 2014 года, шт.



Источник: исследование и прогноз «РБК.research»

* Статистика по сети Baskin Robbins и «33 пингвина» в отличие от других сетей включает данные о нестационарных заведениях, работающих под брендами данных сетей.

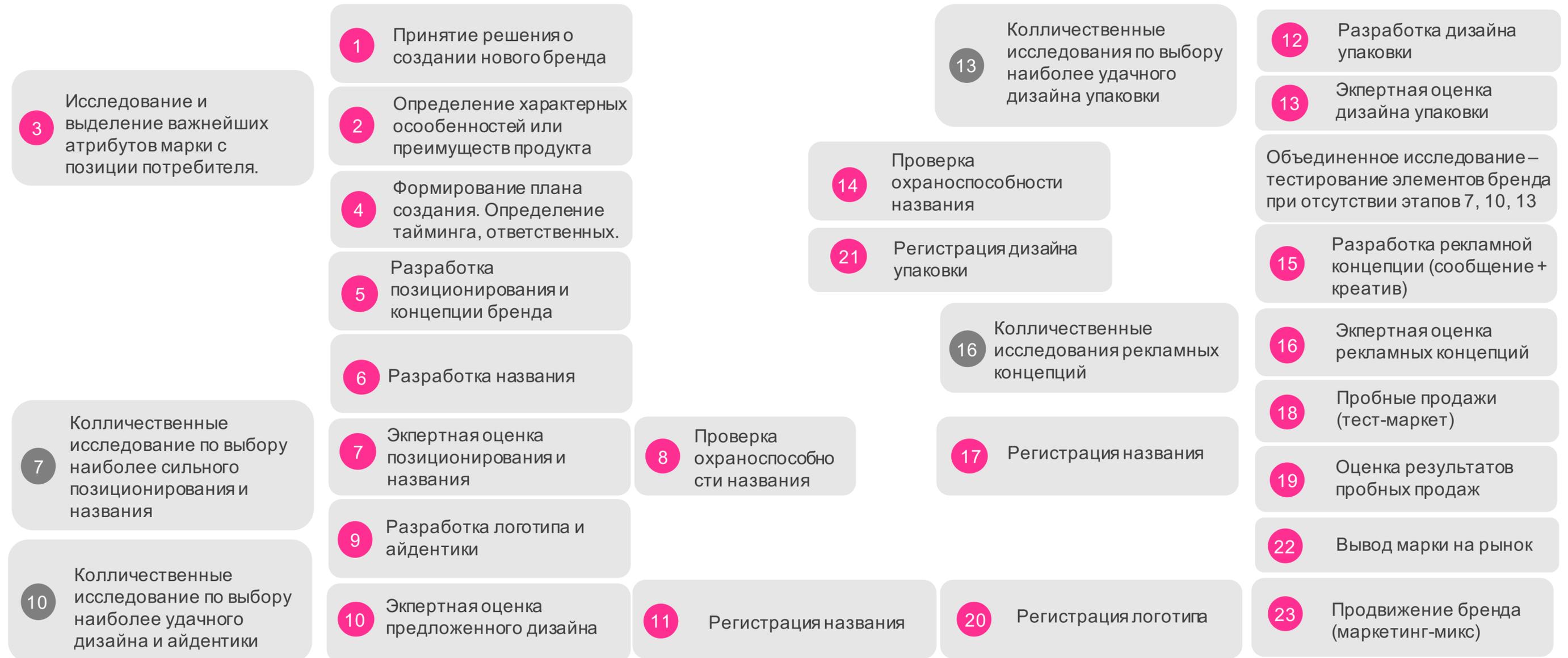
Можно не быть
лидером, но
выглядеть им!

Это и есть сила бренда!

Главная слабость в отсутствии
платформы бренда и слабом
знании бренда

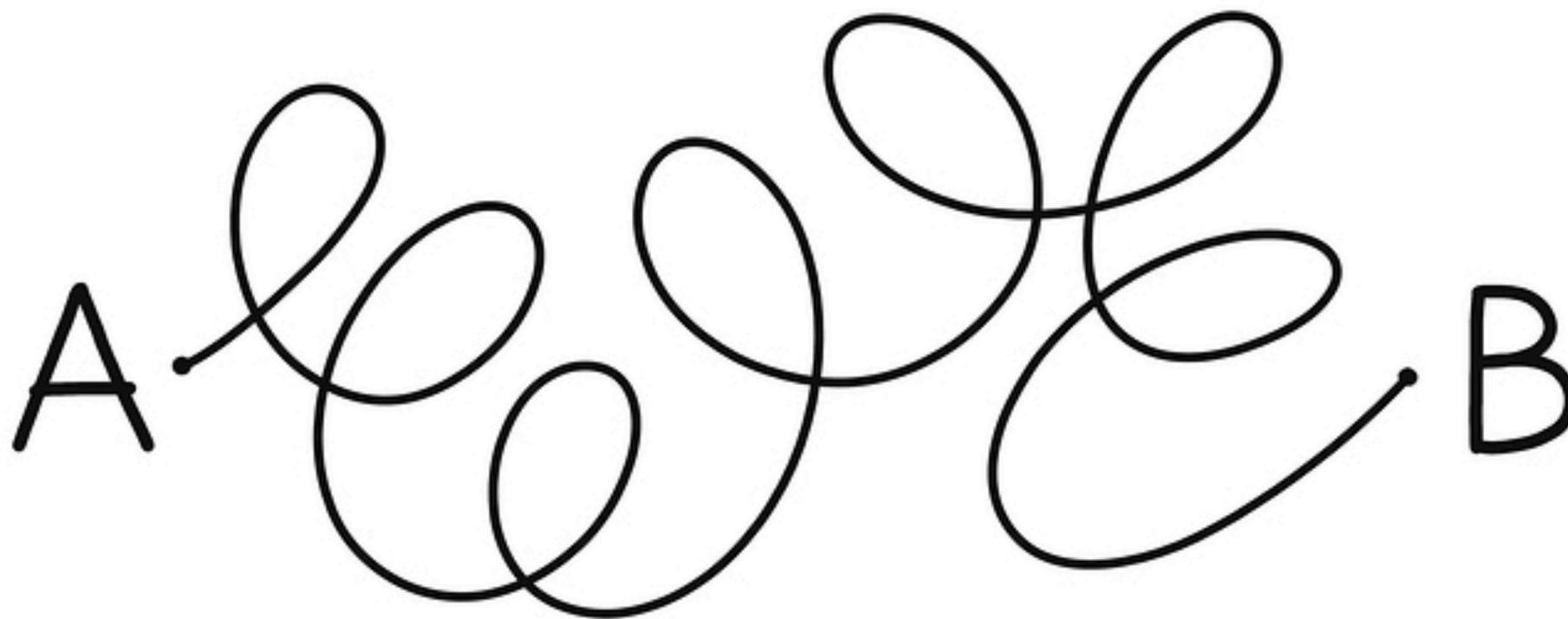
Сила компании в продуманной
стратегии бренда и широком знании
бренда!

Системный подход к созданию и продвижению бренда



Проблема ЗД

Дорого, Долго и Довольно сложно



— Почему крупные
корпорации вынуждены
делать так?

— Почему крупные корпорации вынуждены делать так?

— Страх! Риск неправильного шага = потеря лидерства!

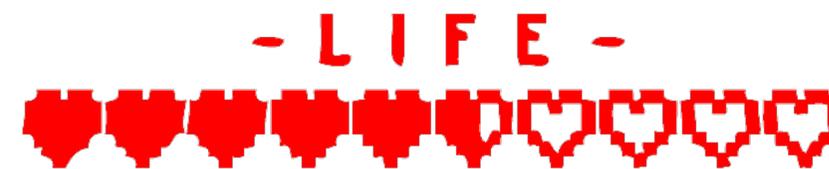


Претендентам на лидерство надо:

Быть быстрее и мобильнее в принятии стратегических решений в отношении развития и продвижения бренда.

Пробовать делать иначе. Экспериментировать и пробовать разные стратегии.

Использовать много жизней! Рисков меньше и попыток догнать лидера может быть несколько.

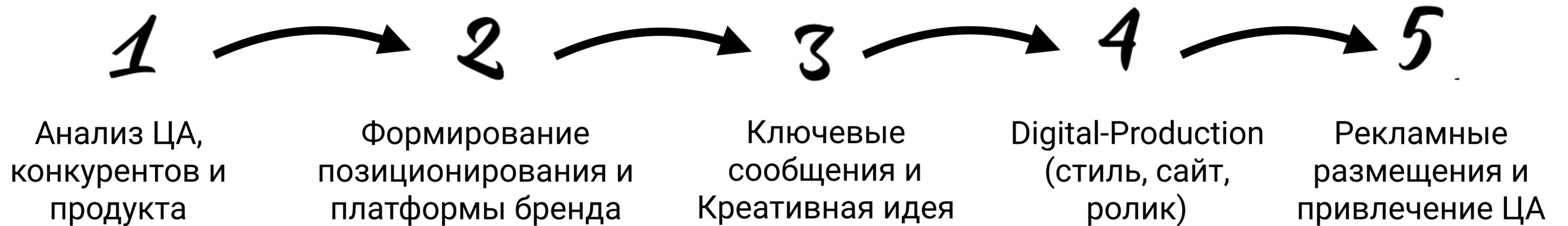


Решение из 3-х У

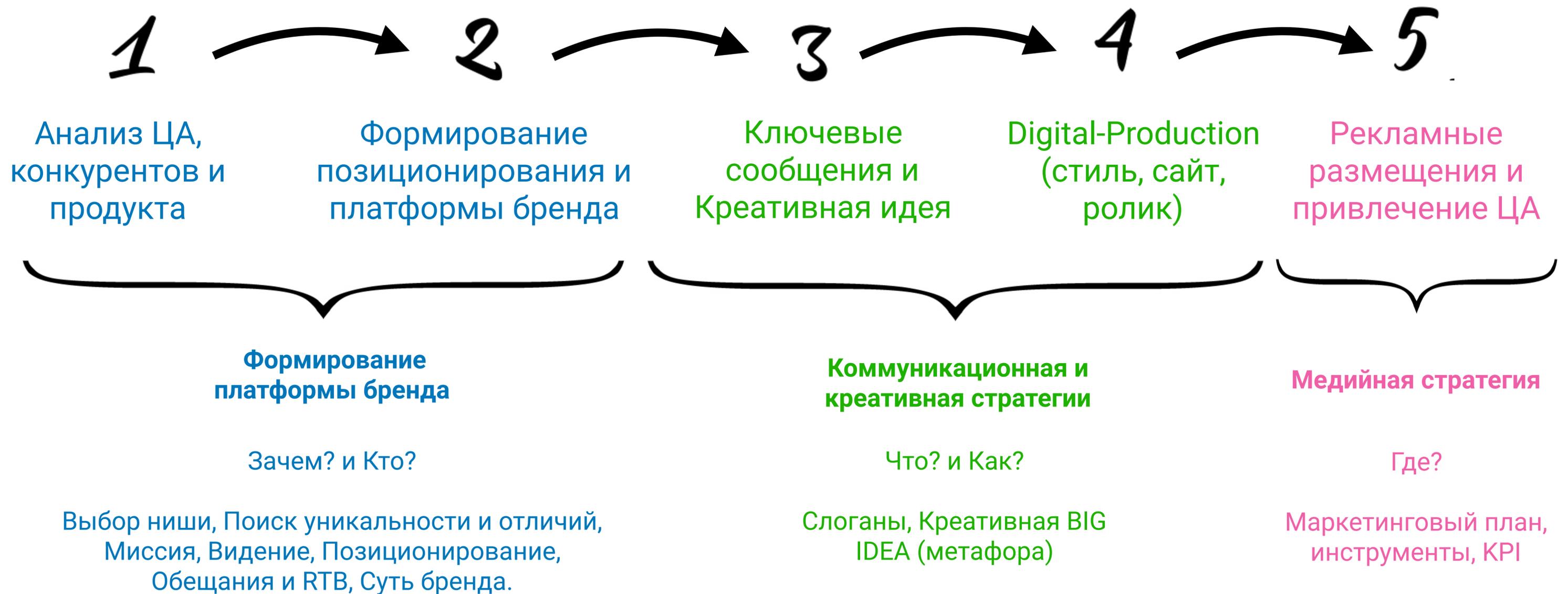
Удешевляем, Ускоряем и Упрощаем



Оптимизированный подход к формированию и развитию бренда в digital-среде



Оптимизированный подход к формированию и развитию бренда в digital-среде



Кейс «Lobster Group»

Почему выбрали этот кейс?

lobster group

Разработка платформы бренда

19 октября 2016

Аналитика и разработка платформы бренда

Анализ предложения (УТП)



Анализ психографики ЦА, гипотезы инсайтов

Анализ конкурентного поля



Портрет ЦА



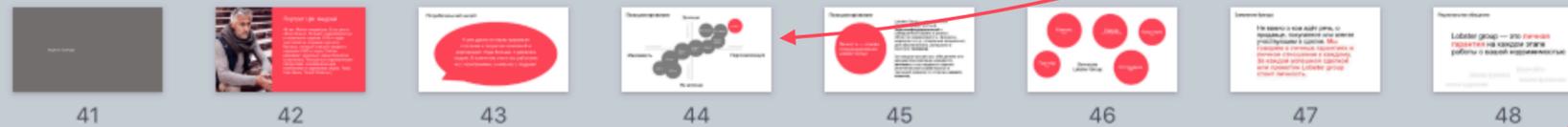
Карта восприятия конкурентного поля



Обещания и RTB



Суть бренда и пирамида бренда



Личность бренда

Суть бренда (краткая формулировка позиционирования)

Совершенный человеческий сервис

В чём выражается позиционирование

В айдентике: Стиль компании должен доказывать премиальность и уникальный подход к каждому клиенту. Для vip-клиентов можно даже разрабатывать персональные элементы (персонифицированные визитные карточки, индивидуальные буклеты учитывающие специфику случая каждого клиента).

В предложении: Портфель услуг должен быть предельно понятным. Прозрачность ценообразования и технологии работы. У клиента не должно возникать подозрения, что где-то его обманывают или где-то с ними не искренны.

На сайте: Сайт должен фокусироваться на ценностях компании. В центре может быть личность визионера и лидера компании. Это может быть видео или фотосессия с основными идеями и коммуникацией основных ценностей и обещаний от бренда.

В коммуникации: Мы говорим про ценность каждой личности. Про внимание к деталям каждого отдельного случая. Про персонификацию подхода. Мы отрицаем все обезличенное. Мы против рассказов про процессы и команды без лиц, мы за подчеркивание личностного подхода во всем, чем занимается компания. Мы рассказываем про достижение отдельных людей. Про то, как человек может менять мир.

Ключевое сообщение

Совершенный человеческий сервис в элитной недвижимости

- люди вместо сотрудников
- онлайн-чат вместо телефона
- абсолютная компетентность
- связь 24/7



Совершенный человеческий сервис — приоритет в работе Lobster Group

Наша миссия — радикально поменять российский бизнес именно в области человеческого сервиса. Он должен стать совершенным!

Креативная идея

Lobster создает революцию на рынке недвижимости. В основе революции — личность основателя.

Личность — в основе всего!

За каждым событием, процессом и предметом стоят реальные люди. Гарантии личности!

revolution

Мы начинаем с того, что объявляем
революцию на рынке недвижимости



Станислав Ришко

Генеральный директор
Lobster group

Не заработаю на
сделке, но сдержу
своё слово!



Станислав Ришко

Генеральный директор
Lobster group

Моё личное слово
против рекламных
слоганов конкурентов

Идея



Логотип символизирует клешню
лобстера

Lobster 

Корпоративные цвета



RGB

255 67 88

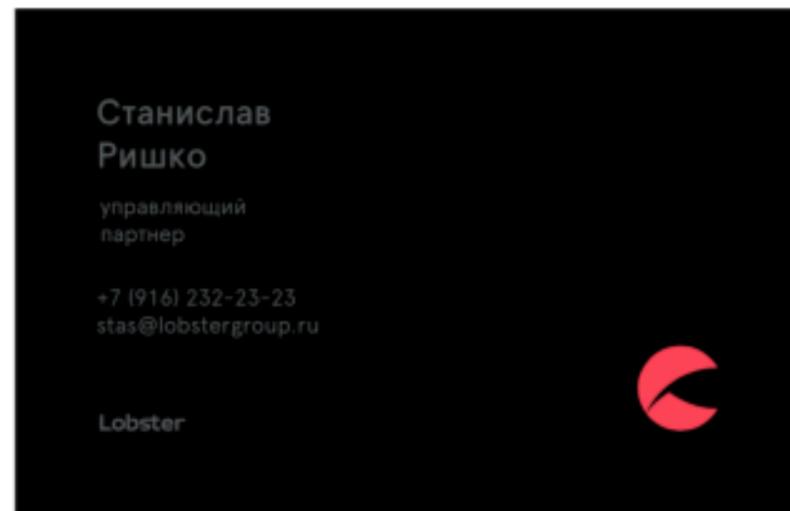
CMYK

0 87 57 0

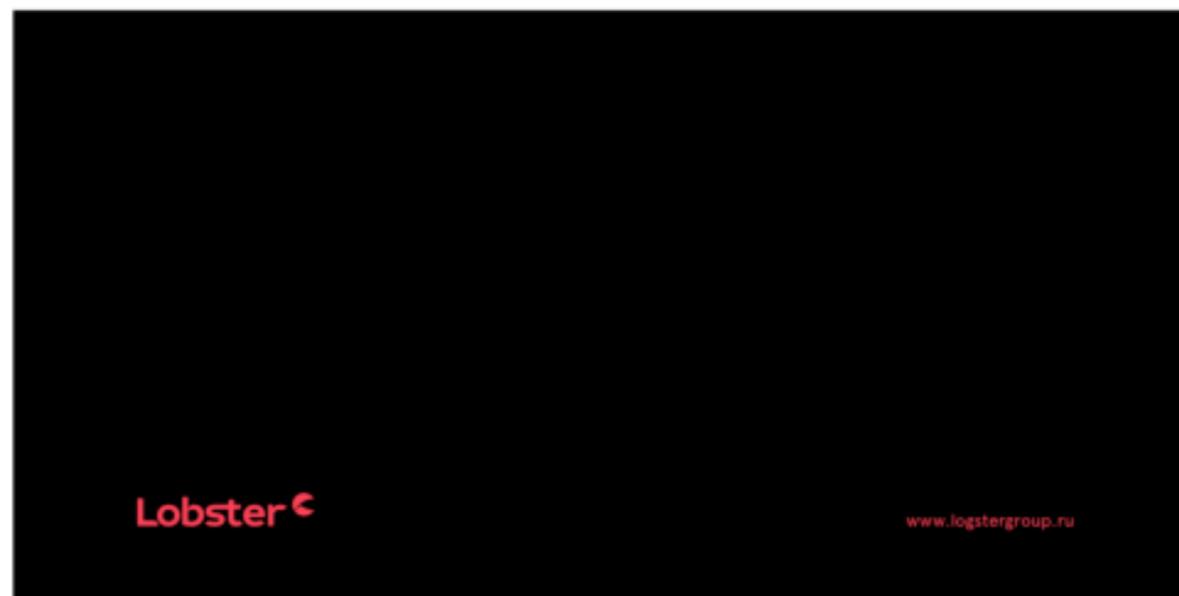
710

Pantone

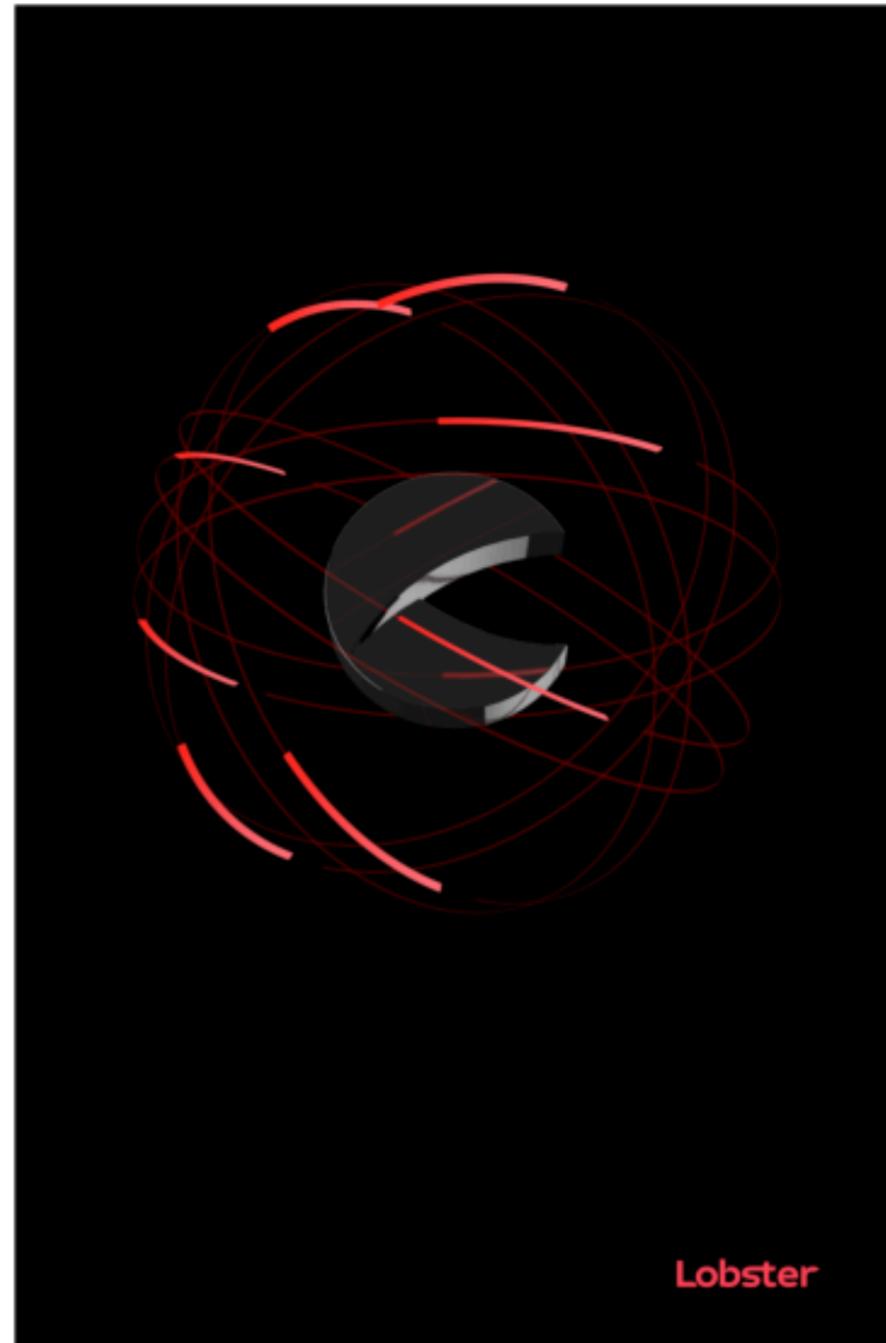
Визитные карточки



Фирменный конверт



Фирменная блокнот



Рекламный
модуль

Важное и главное
сообщение пишем
большими и крупными
буквами

Премиальное жилье.
www.lobstergroup.ru

Станислав Ришко,
управляющий партнер
Lobster Inc.

Lobster €

оё личное
слово против
рекламных слоганов
конкурентов

Станислав Ришко
управляющий партнер
Lobster Group.

Lobster
real estate

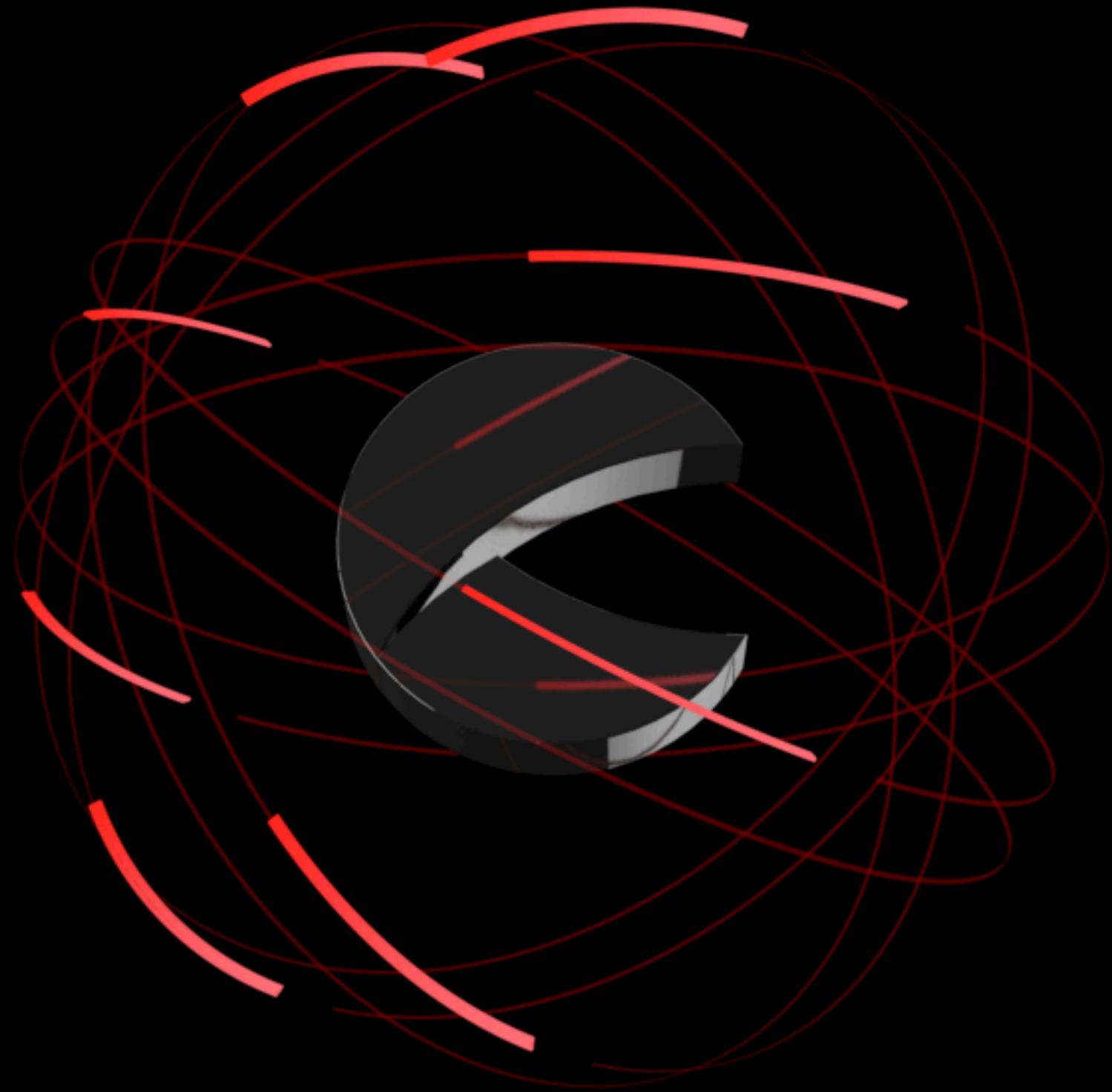


совершенный человеческий сервис

В ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

- люди вместо сотрудников
- онлайн-чат вместо телефона
- абсолютная компетентность
- связь 24/7

напишите нам в чат



Ценности Lobster Group

Искренность

Внимание к деталям

Личность
и её
особенности

Качество
и
КОМПЕТЕНТНОСТЬ

Смелость в
инновациях

МЫ ВСЕГДА ГОТОВЫ К ПАРТНЁРСТВАМ

Сегмент недвижимости — это начало. Мы планируем новые революции на различных рынках. Если вам близка наша философия, наши принципы и ценности, оставьте ваш контакт — и мы свяжемся с вами, чтобы добиться совершенного человеческого сервиса и в других сферах бизнеса вместе.



Я

lobstergroup.ru Я покупатель



Наша революция в недвижимости для покупателя

Как работает рынок сейчас

Много хаоса вокруг каждого объекта недвижимости. Неточная и разрозненная информация (разные параметры объекта). На разных сайтах разные контакты и стоимости.

Радикальные изменения рынка от Lobster Group

Ответственное агентство проверяет каждый параметр самостоятельно и получает информацию от собственника из первых рук. Удостоверьтесь в таком подходе, прежде чем начинать работу.



Стратегические цели и каналы

1

Стать лидером
мнения и подтвердить
экспертность
Станислава

2

Сформировать
лояльность и
доверие к бренду
Lobster Group

3

Стать заметной
фигурой на рынке
элитной
недвижимости

4

Создать площадку
для рекламы
партнеров и
клиентов



You



Цель: 100 000 подписчиков из числа ЦА через 1 год

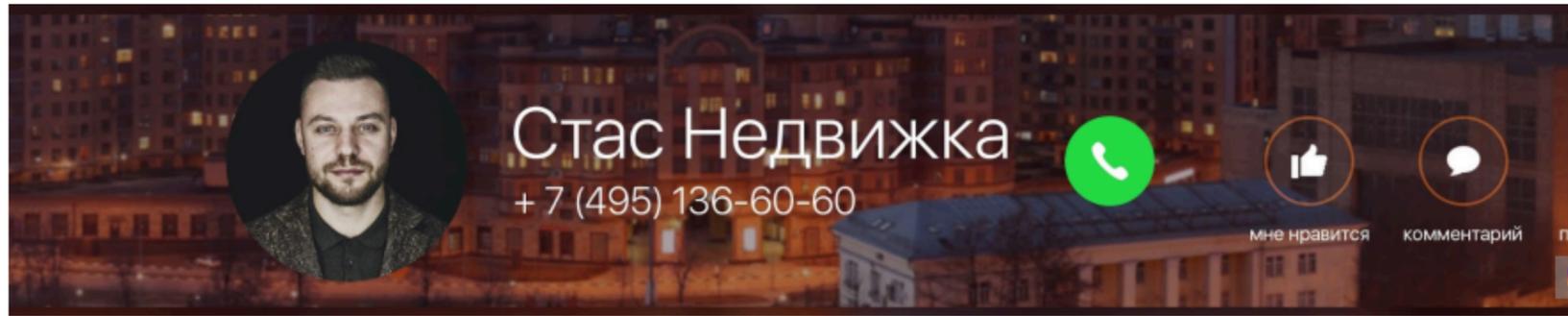
Слово лидеру Lobster Group
Станиславу Ришко



Какие были задачи и как я их решал

- Откуда у меня появилась идея Lobster Group и почему такое название?
- Как взаимодействовали и работали с PinkMan по созданию стратегии (платформы бренда, фирменному стилю и сайту)?
- Как создавалось шоу (коллаборация с Дмитрием Портнягиным) и менялись команды (сложности и победы)?

Шоу на YouTube



Стас Недвижка
+ 7 (495) 136-60-60

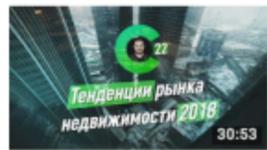
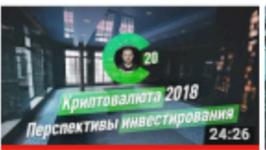
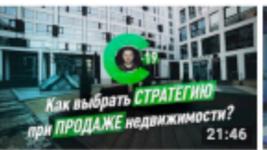
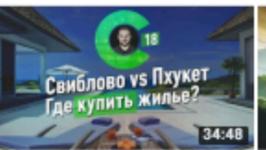
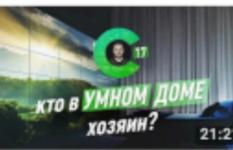
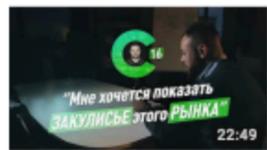
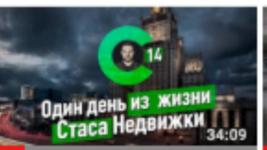
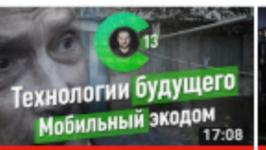
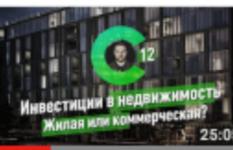
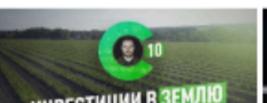
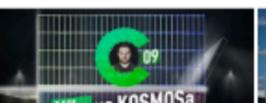
мне нравится комментарий

Стас Недвижка
24 496 подписчиков

главная видео плейлисты каналы о канале

Загрузки ВОСПРОИЗВЕСТИ ВСЕ

упорядочить

 <p>Новый год в Москве. Где отпраздновать? 4,6 тыс. просмотра • 2 дня назад</p>	 <p>1 000 000 рублей за РЕПОСТ к Новому году! 6,3 тыс. просмотра • Неделю назад</p>	 <p>Криптовалюта: как заработать на перспективе инвестирования 15 тыс. просмотров • 2 недели назад</p>	 <p>РОЗЫГРЫШИ! Офис в Манхэттене за 13,9 млн! 6,7 тыс. просмотра • 3 недели назад</p>	 <p>НЕДВИЖИМОСТЬ за 8 млн : РАЙ на острове или... 11 тыс. просмотров • 1 месяц назад</p>	 <p>Сколько стоит УМНЫЙ ДОМ? 7,9 тыс. просмотров • 1 месяц назад</p>
 <p>За что Стаса Недвижка мучает совесть?! 7,3 тыс. просмотра • 1 месяц назад</p>	 <p>Как заработать на продаже жилья 2 млрд 10 тыс. просмотров • 1 месяц назад</p>	 <p>Стас Недвижка вызывает на КАСТИНГ! 4,6 тыс. просмотров • 2 месяца назад</p>	 <p>МИД. Недвижимость. Юристы. 12 тыс. просмотров • 2 месяца назад</p>	 <p>Автономный дом. Дизайн. Технологии. 9,6 тыс. просмотров • 2 месяца назад</p>	 <p>Недвижимость как бизнес. Новая Москва. Метро МЦК 16 тыс. просмотров • 2 месяца назад</p>
					



Апартаменты за Р 90 000 000. Кого не коснулась реновация?

142 952 просмотра

4 тыс. 486 поделиться

Стас Недвижка
Опубликовано: 29 июн. 2017

Посмотрели #апартаменты жителями по поводу их от



ОШИБКИ при продаже недвижимости. Лидер загородной недвижки

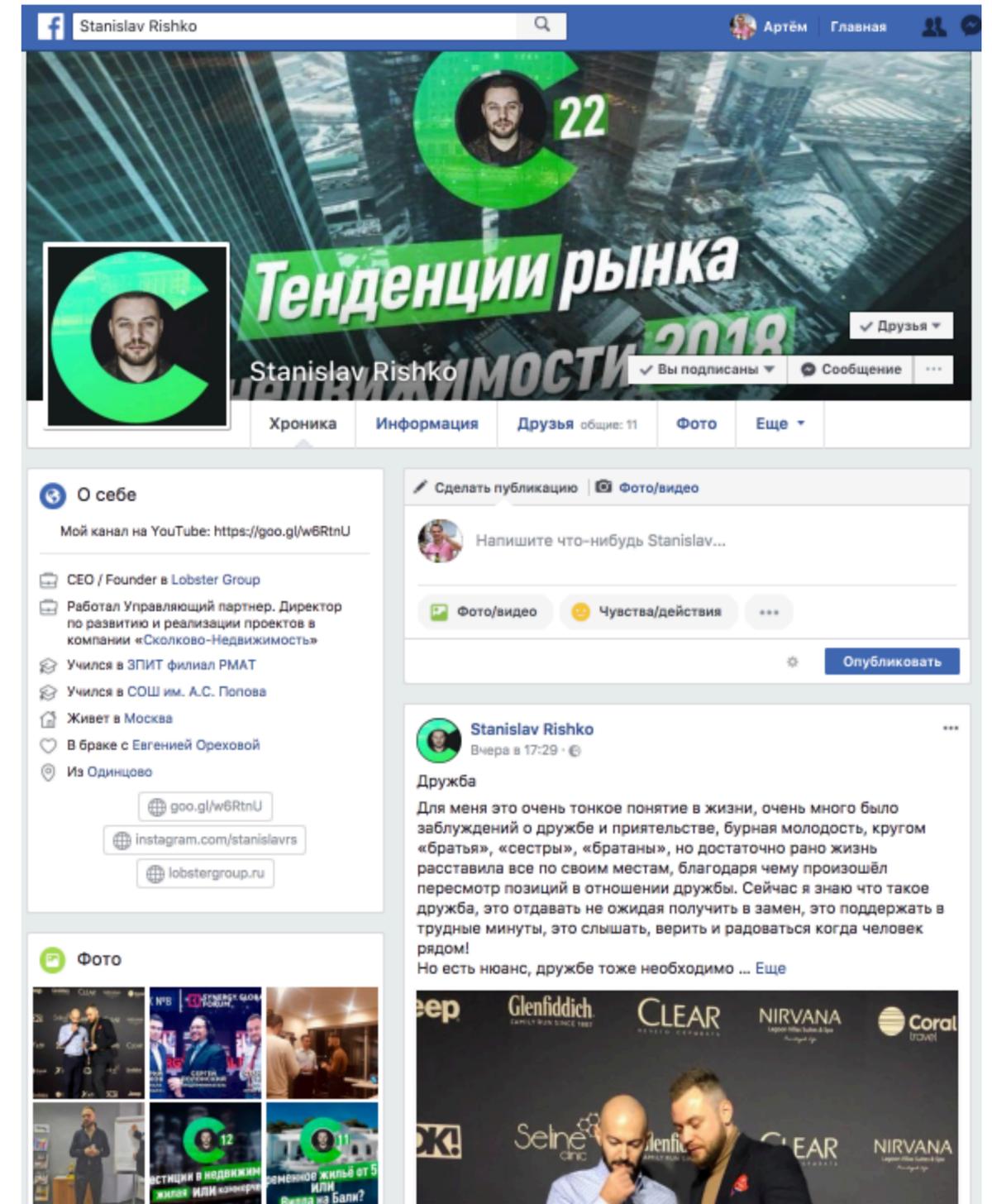
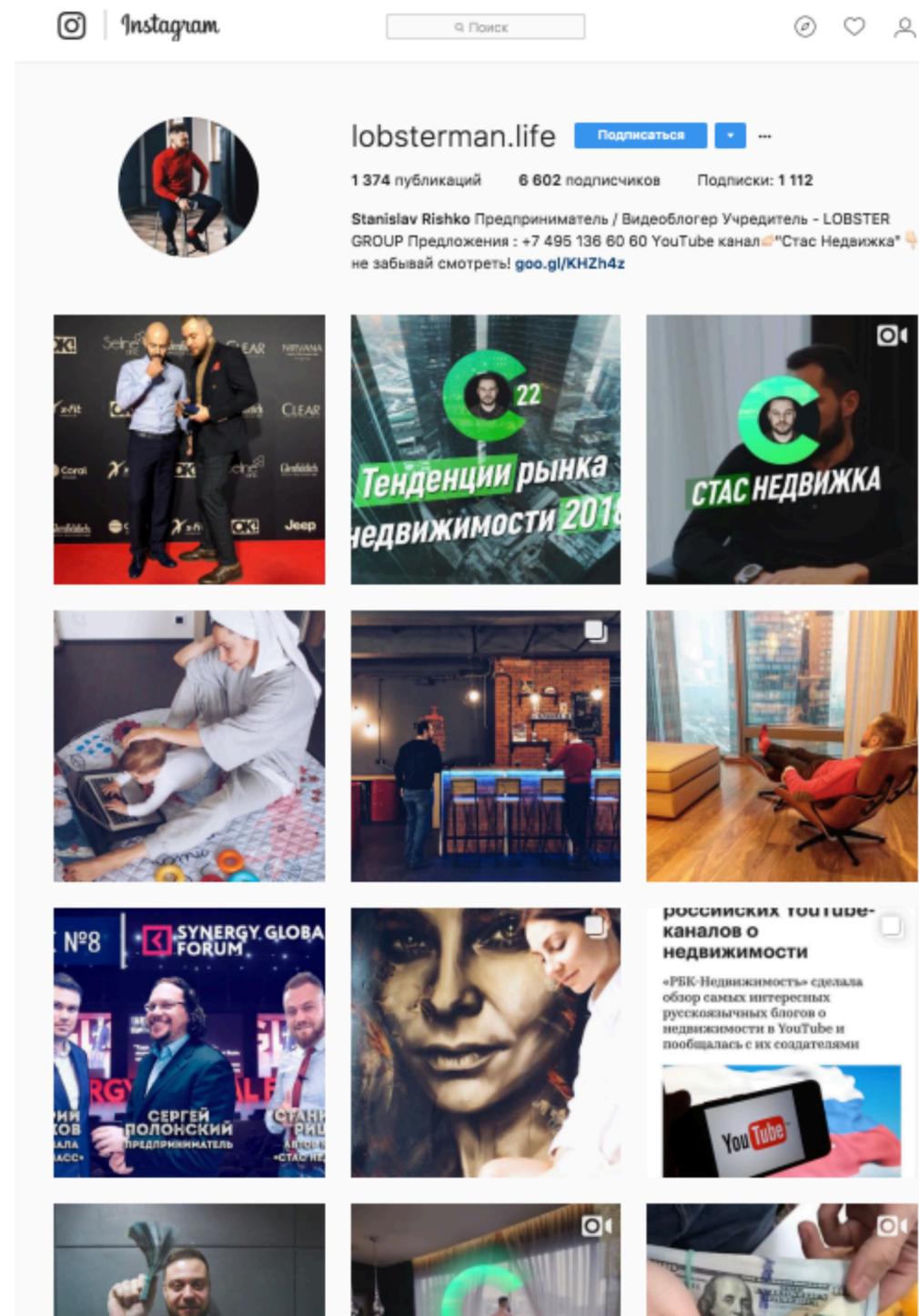
119 710 просмотров

1 тыс. 160 поделиться

Социальные Сети

Facebook и Instagram стали хорошей поддержкой для развития канала «Стас Недвижка»

Центральным лицом всех постов и поводов коммуникации выступает Станислав



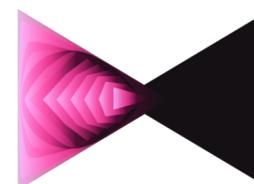
Главные цифры и результаты

- За 6 месяцев выпусков шоу «Стас Недвижка»
 - ~ суммарное количество просмотров шоу на YouTube более 1 млн.
 - ~ количество подписчиков 25К (только ЦА)
- Оборот сделок полученных благодаря работе канала YouTube > 100 млн. рублей
- Более 50 запросов по крупным объектам (от 50 млн. рублей каждый запрос)
- Знакомство и сотрудничество с крупнейшими застройщиками, производителями и владельцами крупнейших землевладений (более 100 контактов)

— Спасибо!

Lobster 

www.lobstergroup.ru



PINKMAN

www.pink-man.ru

sensesay

www.sensesay.ru



PINKMAN