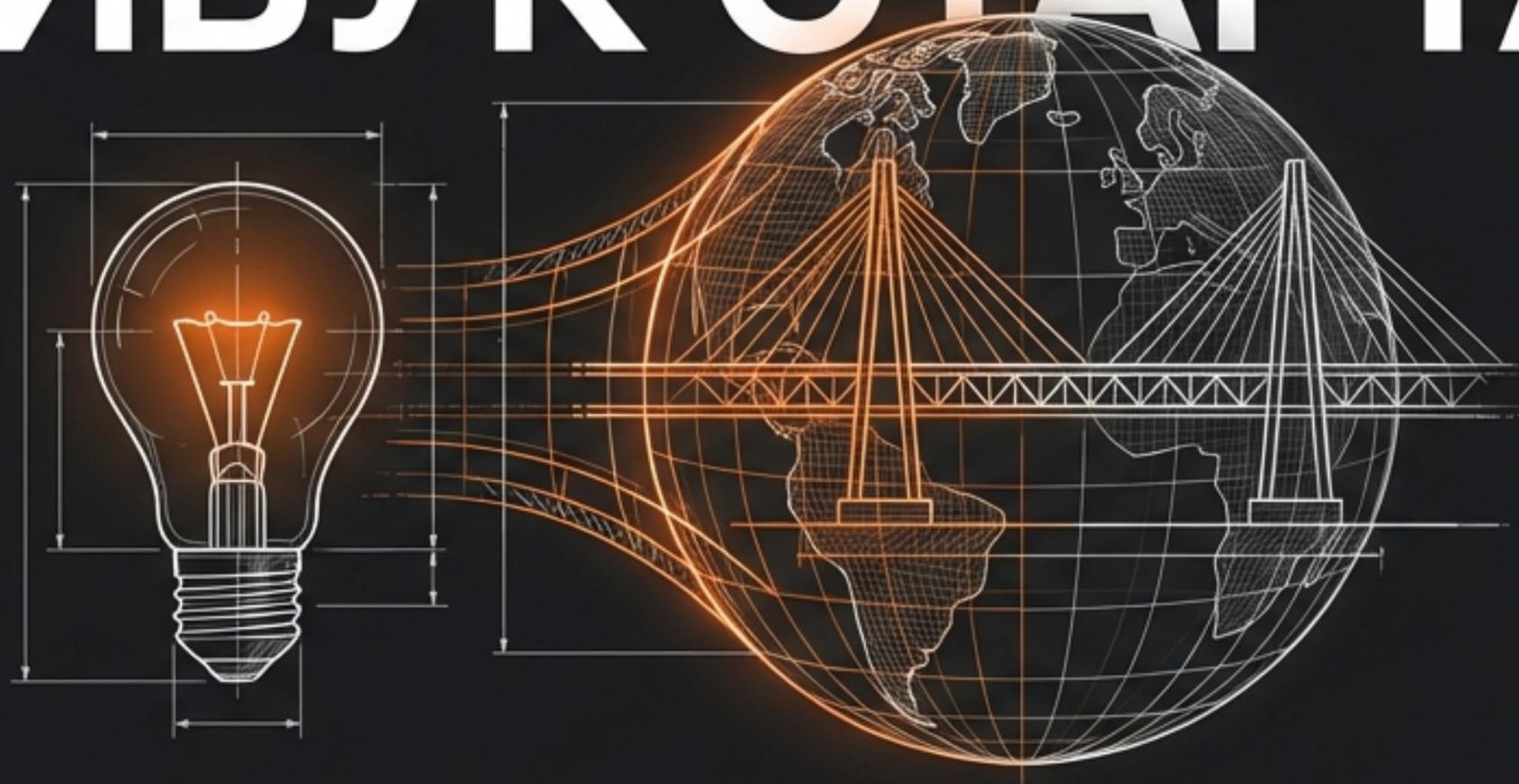


МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛЕЙБУК СТАРТАПУ



Від ідеї до світового визнання

Стратегія | Інструменти | Метрики | PR-комунікації

МАРКЕТИНГ ПОЧИНАЄТЬСЯ ДО СТВОРЕННЯ ПРОДУКТУ

Що люди кажуть (What People Say)



«Якби я запитав, що потрібно людям, мені відповіли б — швидші коні.» — Генрі Форд

Що людям потрібно (What People Need)



Інсайт Apple & Sony

Не питайте про рішення.
Спостерігайте за болем.

Apple ніколи не робили фокус-груп.
Sony випустили 12 продуктів без досліджень.
Вони просто спостерігали за потребами.

СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ: ДЕ ГРАЄ ВАШ СТАРТАП?

МАСОВИЙ МАРКЕТИНГ

Один продукт для всіх.



Пастка для стартапу. Високі витрати,
низька інноваційність.

ТОВАРНО-ДИФЕРЕНЦІЙОВАНИЙ

Різні продукти для різних сегментів.

Занадто дорого для ранніх стадій.



КОНЦЕНТРОВАНИЙ МАРКЕТИНГ

Один продукт для одного сегменту.

**Найкращий вибір. Створення ніші, де
конкуренція нерелевантна.**

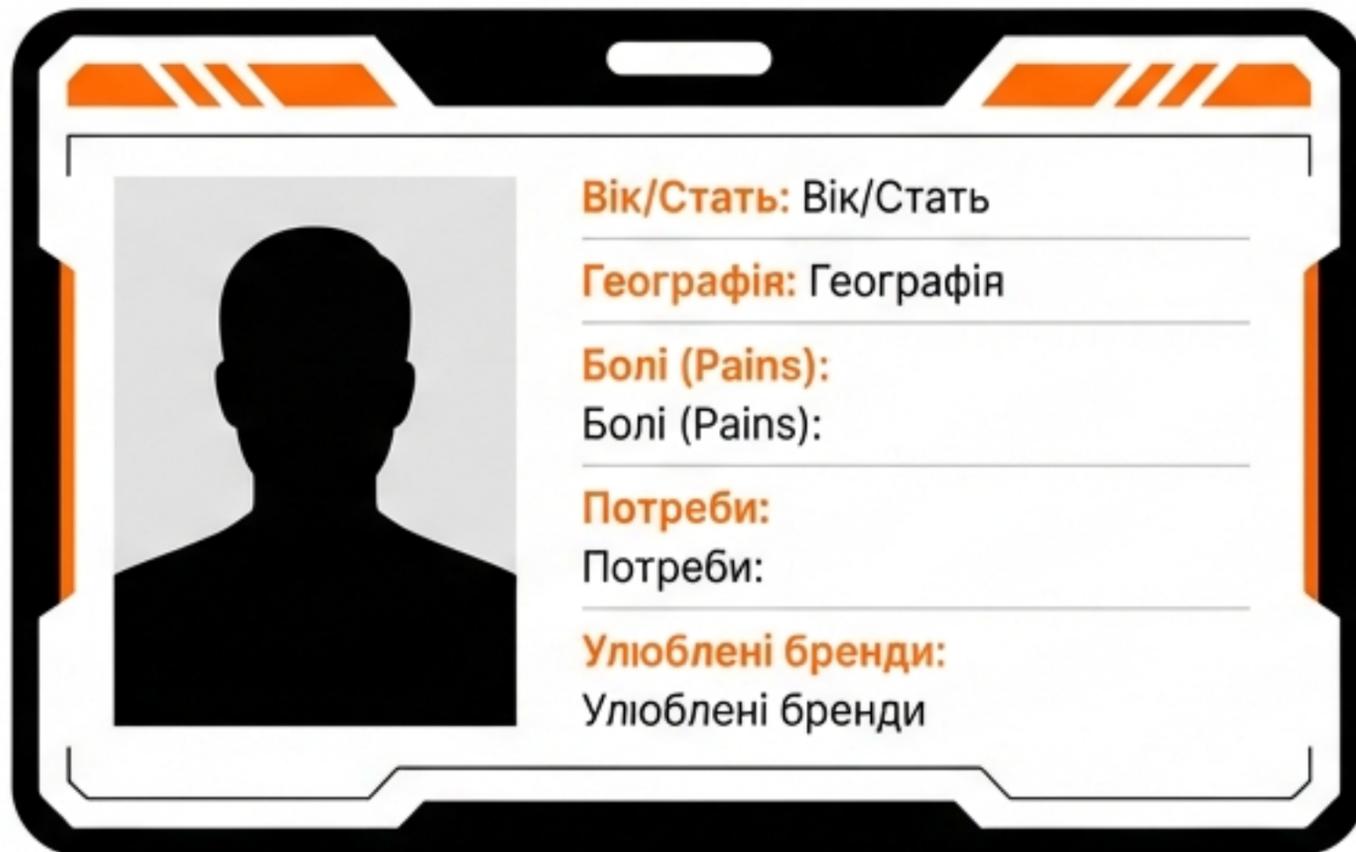
ІНДИВІДУАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

Кастомізація під кожного.

Добре для B2B, якщо дозволяє бюджет.

ПОРТРЕТ КЛІЄНТА ТА ЙОГО ШЛЯХ

Tool 1: Картка персони (Persona Card)



Вік/Стать: Вік/Стать

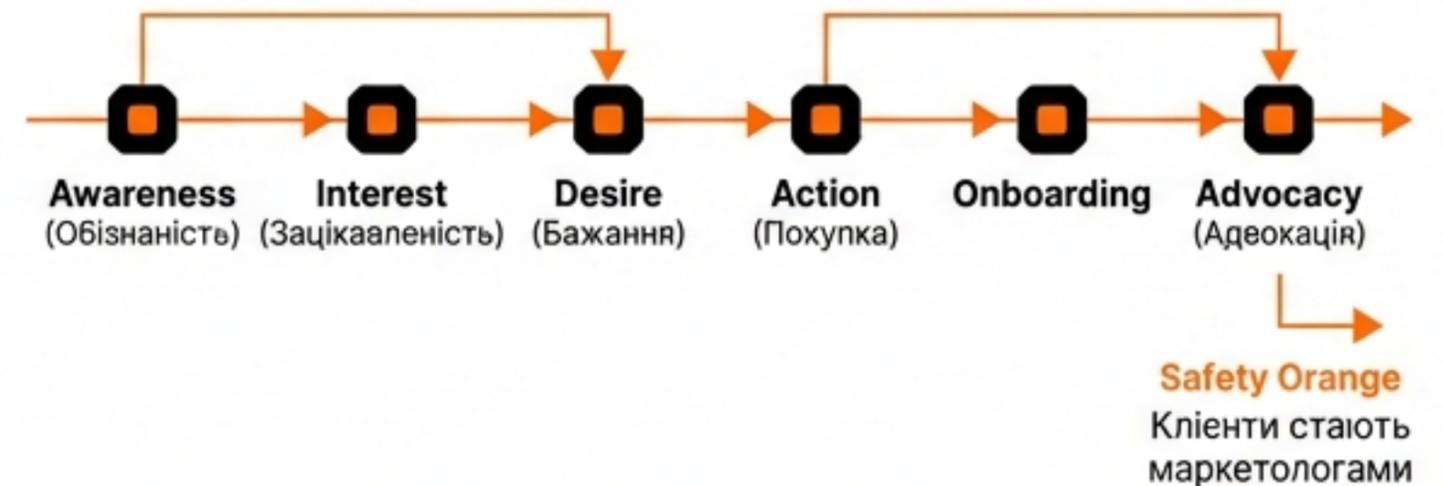
Географія: Географія

Болі (Pains):
Болі (Pains):

Потреби:
Потреби:

Улюблені бренди:
Улюблені бренди

Tool 2: Customer Journey Map (CJM)



ЛІЙКА ПРОДАЖІВ (AIDA): ВІД ПЕРЕГЛЯДУ ДО ОПЛАТИ



“

**Трафік — це паливо
для вашого авто.
Лійка завжди
звужується.**

— Ключова істина

МАТЕМАТИКА МАРКЕТИНГУ: КЛЮЧОВІ МЕТРИКИ

CAC (Cost Per Client)

$$\frac{\$100 \text{ (Витрати)}}{2 \text{ (Клієнти)}} = \$50$$

Скільки коштує купити клієнта?

ROMI (Return on Investment)

$$\frac{((\text{Дохід } \$500 - \text{Витрати } \$100))}{\$100} = 400\%$$

Має бути > 100%

Чи працюють ваші гроші?

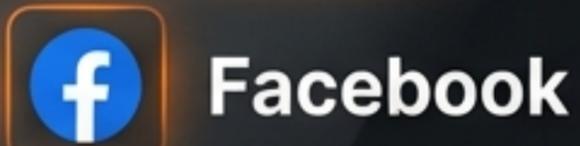
CPA vs CPV

CPV (Cost Per Visit) = **\$0.66**

CPA (Cost Per Action) = **\$33**

Вартість візиту проти вартості дії.

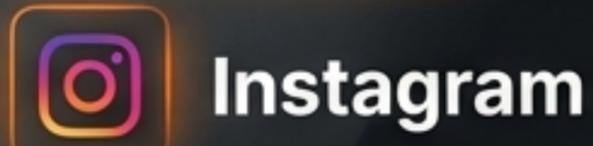
ЦИФРОВІ ЦИФРОВІ КАНАЛИ ТА SMM (УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ)



25-54 роки

Use Case:

B2B, Інвестори,
Платоспроможна
аудиторія.



18-44 роки

Use Case:

Візуал, Stories,
Прямі продажі.



13-24 роки (Gen Z)

Use Case:

Віральність,
Нативна реклама.



Use Case:

Репутація,
Корпоративні
зв'язки, Історія
стартапу.

SEO & Content Marketing

82% клієнтів довіряють бізнесу після корисного контенту.

УТРИМАННЯ (RETENTION): ПРИХОВАНЕ ДЖЕРЕЛО



$$\text{Retention Rate} = \frac{((\text{Клієнти в кінці} - \text{Нові}))}{\text{Клієнти на початку}} \times 100\%$$

Не ігноруйте «діряве відро».
Лояльність дешевша за залучення.

PR ТА РЕПУТАЦІЯ: ЩО ПРО ВАС ГОВОРЯТЬ?

РЕКЛАМА (ADVERTISING)

Це те, що ви говорите про себе.
(Paid Media)

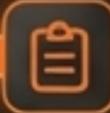
ПІАР (PR)

Це те, що інші говорять про вас.
(Earned Media / Trust)

Стратегія PR (6-20 місяців)

1.  **Позиціонування**

2.  **Медіа-карта**

3.  **PR-план**

4.  **Антикризовий менеджмент**

МИСТЕЦТВО ПІТЧИНГУ: ЯК ПОТРАПИТИ У FORBES

Тема листа: 30% ваших зусиль. Це заголовок новини.

Dear [Name],

Дослідження: Я прочитав ваші 3 статті про AI...

Персоналізація: Ніяких масових розсилок.

Кейси: Reface (віральність), Respreecher (стійкість).

Не платіть за статті — **заробляйте довіру.**

ІНСТРУМЕНТИ ТА ПРАВИЛО ФОЛОВАПУ

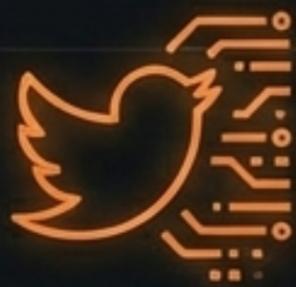
The Toolkit



**Hunter /
Rocketreach**
(Пошук
контактів)



**YesWare /
Mailtrack**
(Трекінг
відкриттів)



Twitter
(Контакт з
техно-
журналістами)



Facebook — Ні. **Email** — Так.

The Rule



Золоте правило фоловапу:
Чекайте **24 години** перед
другим листом.

Одна тема = Один меседж = Одна стаття.

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ВАШ STARTER KIT

1. Логотип



Горизонтальний



Квадратний

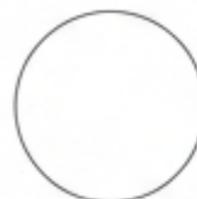


Чорно-білий



Інвертований

2. Палітра



#ffffff



#000000



#FF6700

Відрізняйтеся від конкурентів.

3. Шрифти

Aa Bb Cc

Helvetica Now Display

Aa Bb Cc

Inter

Не шукайте ідеалу.
Головне зараз —
консистентність.
Логотип можна
змінити пізніше.

ТИПОВІ ПОМИЛКИ ТА ПАСТКИ



Пастка масовості

Спроба продати всім і одразу.



Карго-культ

Сліпе копіювання конкурентів (Amazon quote).



Спам-атака

Масова розсилка журналістам.



Free Beer Fallacy

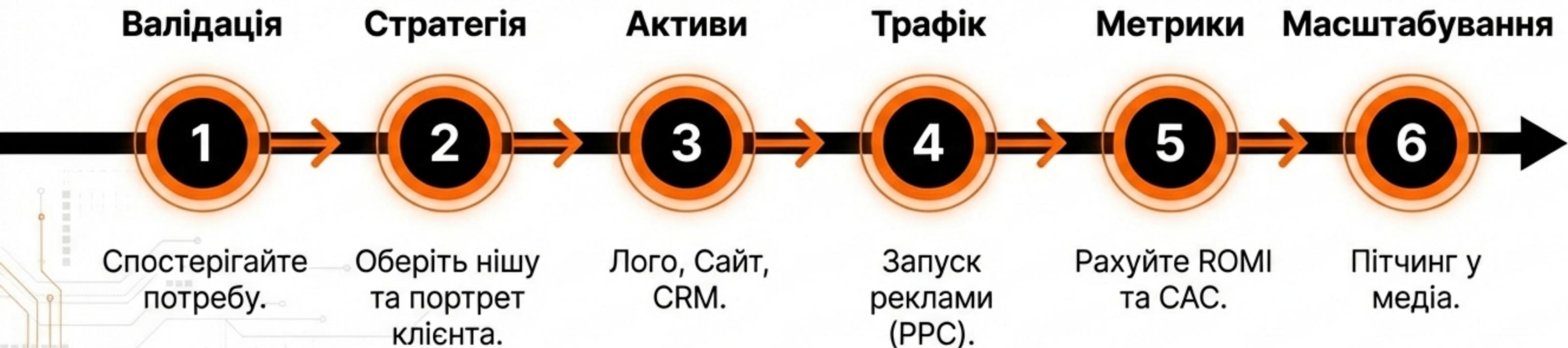
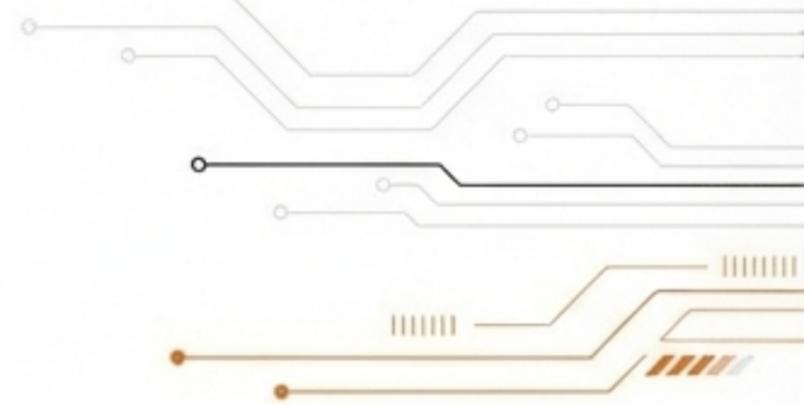
Віра, що бета-тестери автоматично стануть платними клієнтами.



Ігнорування Retention

Втрата існуючих клієнтів заради нових.

ВАШ ПЛАН ДІЙ (ACTION PLAN)



A rocket is shown launching vertically, leaving a thick trail of white smoke and fire. The background is dark with faint, glowing digital circuit patterns in white and orange. The overall theme is technology and progress.

МАЙБУТНЄ НАЛЕЖИТЬ ТИМ, ХТО БУДУЄ ДОВІРУ

Репутація — це чудовий продукт, помножений
на наполегливий сторітелінг.

Почніть будувати свою історію сьогодні.

На основі матеріалів лекцій 2 та 6.