

Тема: Маркетингова стратегія старту.

Мета: Ознайомитися з основними елементами маркетингової стратегії. Отримати практичні навички аналізу ринків і конкурентів, формуванні маркетингового плану для старту.

Зміст роботи.

1. Сформувати та оформити ідею старту:

- Описати продукт/послугу (Яку проблему вирішує продукт? Чому вона важлива для цільової аудиторії? Приклад або статистика).
- Сформулювати ціннісну пропозицію (USP). (Чим ви відрізняєтесь від конкурентів)
- Визначити цільову аудиторію. (Сегментація клієнтів (STP-модель). Основні характеристики цільових груп. Потенційний обсяг ринку.)

2. Провести аналіз ринку:

- Провести дослідження: обсяг ринку, тренди, потенційні клієнти.
- Використати модель STP (Segmentation – Targeting – Positioning), або будь яку іншу.

3. Провести аналіз конкурентів.

- Визначити 3–5 основних конкурентів.
- Порівняти їх продукти, ціни, канали просування.
- Складіть таблицю «Наш старт vs конкуренти».

4. Розробити маркетингову стратегію. (План реалізації.)

- Вибрати канали просування (соцмережі, контент-маркетинг, реклама, PR).
- Описати стратегію ціноутворення.
- Сформулювати план комунікації з клієнтами.

5. KPI (Key Performance Indicators).

Запропонувати 3–5 показників ефективності:

кількість клієнтів, рівень залученості, конверсія, частка ринку, ROI (Return on Investment) маркетингових кампаній.

Бажано визначити:

- SAC (Customer Acquisition Cost): Вартість залучення одного клієнта.
- LTV (Lifetime Value): Скільки грошей принесе клієнт за весь час співпраці.
- Churn Rate: Відсоток відтоку клієнтів.

6. Розробити логотип або назва старту, короткий слоган, що відображає цінність продукту.

7. Розробити презентацію стратегії для потенційних інвесторів.