

Стратегия продвижения

для проекта

rogizny

Ремонт обуви и сумок

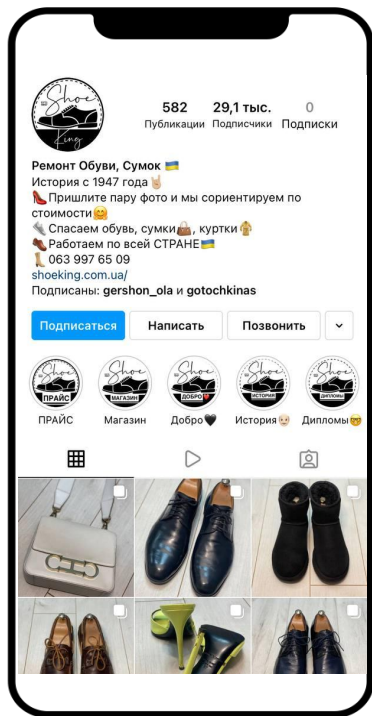


ROGIZNY

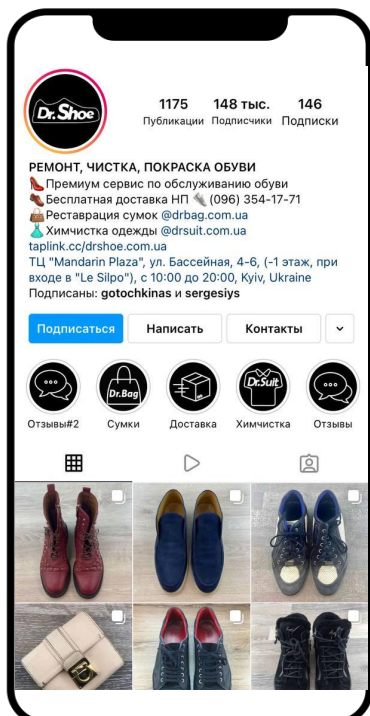
— Family Tradition repairing shoes since 1957 —

Примеры аккаунтов конкурентов

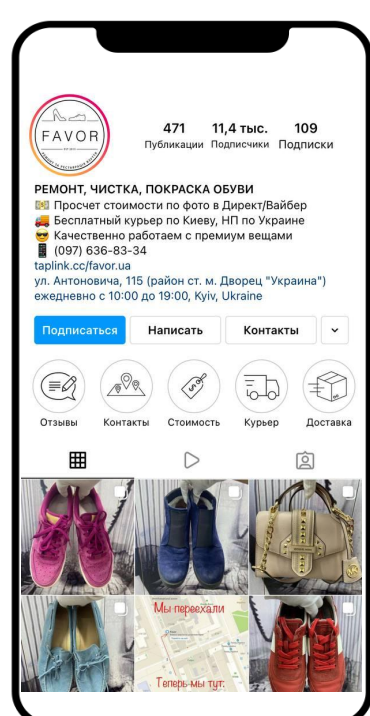
Ссылка



Ссылка

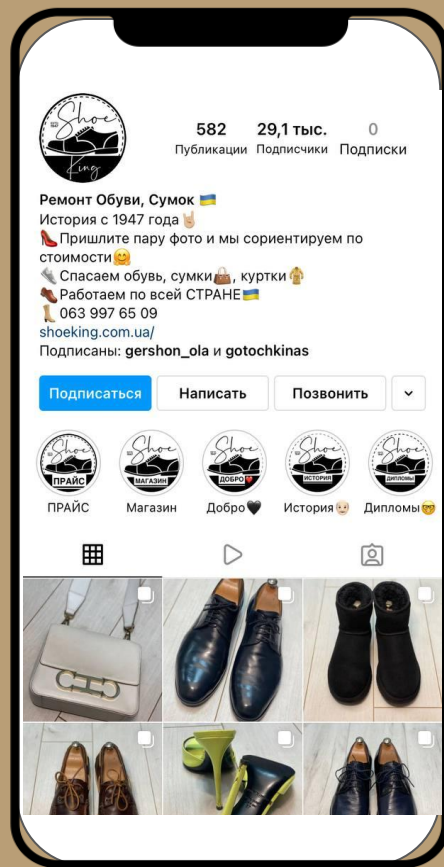


Ссылка



Конкурент:

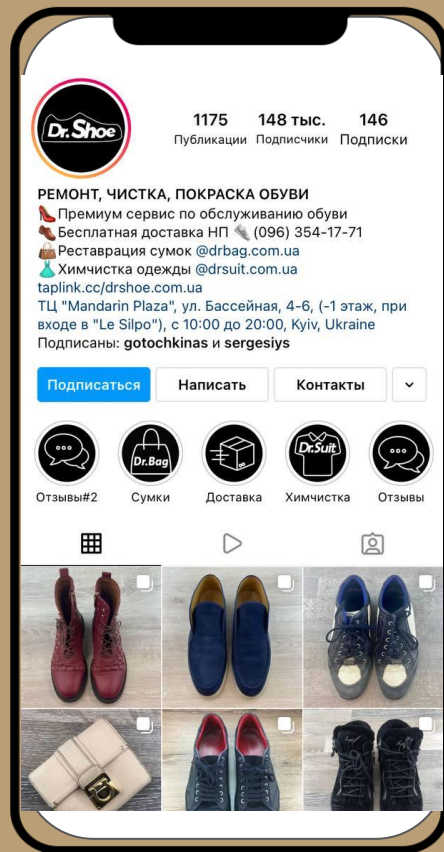
shoe_king_1947



- Ремонт обуви и сумок массмаркет и люкс
- Позиционируют себя как специалисты с 1947 года, в закрепленных историях есть видео про их историю и сертификат качества - диплом
- Присутствуют кросс сейл товары - косметика для обуви
- Есть четкий прайс услуг
- Отзывы отсутствуют
- В шапке профиля сформулирован призыв к действию - пришлите пару фото и мы ориентируем по стоимости (что есть правильно)
- Работают по всей стране, что тоже прописали в шапке профиля, но четкой гео локации мастерской нет
- Есть услуга выезда курьера, но о ней сказано только на сайте, было бы уместней вынести это в шапку профиля
- Использует один типа контента, фото до и после, за счет использования каруселей, вместо коллажей, визуал выглядит более аккуратно и гармонично
- Видео контент почти не используют
- Истории добавляют не регулярно, не хватает живых видео с процессов работы и разговорных видео
- Есть только одно такое видео, судя по всему они только пришли к этой идее и начинают понемногу внедрять
- Посты добавляют нерегулярно, в среднем 1 пост в неделю

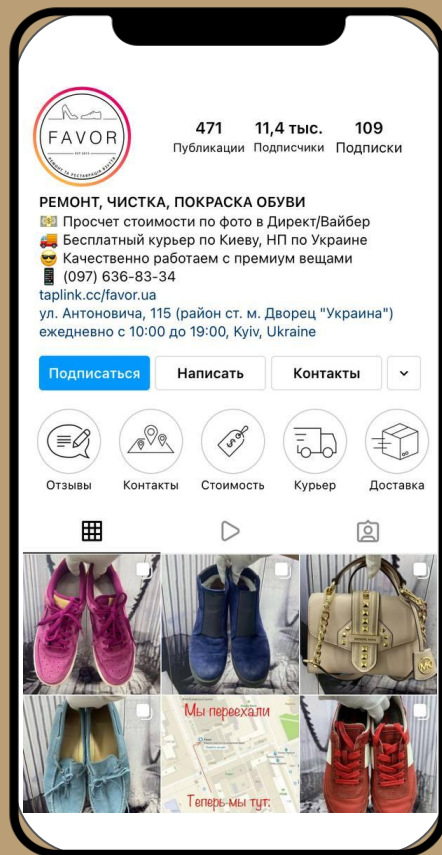
Конкурент:

drshoe.com.ua



- Ремонт обуви и сумок массмаркет и люкс
- Позиционируют себя как мастерская с премиум сервисом, что не подкреплено никакими сертификатами
- Присутствуют сопутствующая услуга - химчистка
- Есть четкий прайс услуг и отзывы
- В шапке профиля призыв к действию отсутствует
- Указаны гео мастерской, бесплатная доставка НП (но при этом четко не понятно работают они на всю страну или нет)
- Услуга выезда курьера отсутствует
- Использует в основном один типа контента как конкурент выше , фото до и после, за счет использования каруселей, вместо коллажей, визуал выглядит более аккуратно и гармонично, но так же есть посты посвященные каким-то скидкам и акциям, но оформлены не по теме, выделяют отдельно посты для поздравления с праздниками - тоже абсолютно не уместно
- Видео контент не используют
- Истории добавляют не регулярно, стараются делать вовлекающие истории, но немного не теме бизнеса
- Не хватает живых видео с процессов работы и разговорных видео
- Посты добавляют нерегулярно, в среднем 1 пост в 5 дней

favor.ua



- Ремонт обуви и сумок массмаркет и люкс
- Шапка профиля оформлена корректно, смущает только фраза- качественно работаем с премиум вещами(вопрос,а как тогда не с премиум)
- Есть четкий прайс услуг, информация о доставке(по Киеву она бесплатная)
- Есть отзывы клиентов
- Услуги выезда курьера за вещами клиента нет,есть только услуга доставки
- Использует в основном один типа контента, фото до и после в карусели, есть так же не совсем актуальные посты с информацией о скидках,не выделяющиеся на общем фоне
- Видео контент не используют
- Истории добавляют не регулярно , не хватает живых видео с процессов работы и разговорных видео как и у всех конкурентов выше, в историях контент такой же как и в постах,фото до и после, однотипно
- Посты добавляют нерегулярно,могут не добавлять контент даже месяц

РЕШЕНИЯ

Шапка профиля, хайлайтсы

Аватар - можно оставить логотип, а можно большим масштабом выделить тужельку, чтобы до того как человек зашел в профиль четко понимать, чем занимается бизнес (для того чтобы не трогать и не менять имя пользователя)
Имя пользователя - если не трогаем аватар и оставляем имя пользователя roginny - потенциальным клиентам будет сложно распознать сферу деятельности бизнеса, не зайдя в профиль, так как имя пользователя не включает никакой айдентики бизнеса, а только название "бренда" (что не очень хорошо влияет на ранжирование)
В шапке профиля сформировать более уникальное торговое предложение (УТП), что будет отличать от других страниц и призыв к действию

Визуал

В хайлтах важные папки должны быть - Прайс (который сейчас там отсутствует), Отзывы (клиентов нужно всегда просить оставить отзыв и отмечать их на них), ГЕО (где найти и как) , Доставка, История мастерской+ доп Владельцы,, Рабочие процессы, Уход , Наши Работы (это могут быть как сейчас разделение на Сумки и Обувь),

Интеграция личности

Самый актуальный тренд - присутствие личности в бизнесе
Что это может быть?
Закрепленные истории в папке Создатели с информацией о них + параллельно разговорные истории о текущих процессах работы, о пересечении бизнеса и личной жизни, такой себе мини блог внутри блога)

РЕШЕНИЯ

Разнообразный контент в историях (информативный+ экспертный, вовлекающий, развлекающий)

Что это может быть?

**Видео на производстве (как просто атмосферы работы так и детальные процессы при ремонте обуви и сумок, демонстрация объемов заказов, рассказ о супер эксклюзивных и сложных работах, можно внедрить немного юмора, истории в формате вопросы-ответы, опросы, интерактивы, создание интриги перед выкладыванием какого-либо результата работы, креативы, актуальную для данного бизнеса моушн графику
Регулярность постов и историй (для поддержания охватов) - пост добавлять раз в 2-3 дня, истории ежедневно от 3 - 5 шт**

Бренд

**Добавить уникальность в бренд, в позиционирование семейной мастерской с многолетним опытом
Разработать фирменную коробку в которой вы будете возвращать обувь клиенту, забирать ее в белых перчатках как знак бережного отношения к таким вещам и добавить красиво-оформленный чек лист об уходе для конкретного изделия**

ПОРТРЕТ ЦА

Первоначально женщины (второстепенно мужчины) - финансово обеспеченные, проживающие в Украине с доходом от 1500\$ и выше, с дорогой качественной обувью и аксессуарами, ценящие свое время и деньги, хотят вернуть в жизнь как свою вещь, так и вещь членов своей семьи из-за стертой подошвы, изношенных набоек, случайно испорченной новой сумочки или обуви животными, ребенком, на улице, после неудачной стирки, с обувью и сумкой из эксклюзивной коллекции, которую больше не купишь, но к ношению они не пригодны.

Боли

1. **Изношенная вещь из эксклюзивной коллекции, которую уже не купишь**
2. **Случайно испорченная новая вещь, глупо идти покупать такую же снова**
3. **Муж имеет финансы, но не хочет заниматься поисками и покупкой новой обуви, носить любимые изношенные туфли и ботинки**
4. **В гардеробе много изношенной обуви и сумок, но выбрасывать жалко**

Барьеры

1. **Какая гарантия, что мою вещь не испортят?**
2. **Не хочу тратить время и ехать в мастерскую.**
3. **Сколько еще обувь проживет после ремонта? Есть ли смысл во всем этом.**
4. **Зачем чинить, если можно пойти купить.**
5. **Вдруг мою вещь будут реставрировать очень долго, зачем тратить время на все это.**

Драйверы

1. **Мастера мастерской имеют многолетний опыт и много положительных отзывов клиентов, возможно стоит довериться.**
2. **Мастерская предоставляет услугу выезда курьера за моей обувью, это круто экономит мое время.**
3. **Мастерская представляют год гарантии на реставрированную вещь и проконсультируют об уходе, возможно вещь действительно проживет еще долго.**
4. **Возможно есть смысл потратить меньше и отреставрировать эту сумку/обувь, а 500\$ потратить на другую новенькую пару обуви.**
5. **Мастера работают быстро, и четко оговаривают сроки работы во время консультации, я знаю сколько времени это займет.**

ВАРИАНТ ОФОРМЛЕНИЯ ШАПКИ ПРОФИЛЯ

