

Анализ аудитории и стратегия продвижения для клиента **SEED**

Старт проекта 07.12.2022

Анализ продукта, целевой аудитории, мотивов

Ключевые особенности:

- 1) Отечественная компания, собственное производство семян
- 2) 20 регионов присутствия, более 500 ц/хоз предприятий
- 3) Индивидуальный подбор семян в зависимости от региона выращивания
- 4) Агросопровождение, консультирование на всех этапах
- 5) Вся продукция прошла испытания и соответствует ГОСТу
- 6) Персональные сроки поставки
- 7) Спец.обработка семян: защита, отличные всходы, реже болеют и меньше подвержены вредителям
- 8) Производство семян подсолнечника, льная, соя

Портрет целевой аудитории:

пол: М - 50,5%, Ж - 49,5%
 возраст:
 18-24л - 12,95%
 25-34л - 29,27%
 35-44л - 19,18%
 45-54л - 16,84%
 55-64л - 14,94%
 65+л - 6,82%
 география:
 Краснодар, Оренбург, Челябинск, Саратов, Самара, Ульяновск, Белгород, Ставрополь, Ростов-на-Дону, Башкортостан, Астрахань, Курск, Липецк, Курган, Волгоградская область, Донецк, Луганск, Запорожье, Херсон

Дополнительные значимые характеристики:

Глубинные мотивы на покупку семян:
 - Вырастить качественные культуры на продажу;
 - Вырастить много, чтобы прокормить животных (напр., если брать компании животноводства);
 - Вырастить много и качественный урожай, для дальнейшего производства"

Инсайты:
 - "Может не взойти" - потенциал урожайности до 38 ц/га
 - "Отечественный производитель делает некачественно, буду продолжать покупать импортные, ну и что, что дорого" - потенциал урожайности до 38 ц/га, устойчивы к полеганию, наши семена высокотолеранты к основным болезням,
 - "Новая компания на рынке, лучше куплю у проверенных" - Есть сомнения в компетентности компании? Позвоните и мы проконсультируем бесплатно по любому вопросу
 - "Я только начинаю вникать в это направление и не готов покупать семена, пока не разберусь" - Позвоните и мы проконсультируем бесплатно по любому вопросу

Когда возникает потребность в приобретении данного продукта?
 При подготовке к сезону посева начинают искать компании, которые предоставят семена, расходные материалы, оборудование и технику. Исходя из анализа сезонности спрос повышается в сентябре и достигает своего пика в марте, с апреля спрос на покупку семян снижен.
 В случае, если ЦА уже с кем-то сотрудничает, то сложно заинтересовать их в момент начала посева - уже все куплено, но если начать работу заранее, то вполне можно заинтересовать аудиторию как минимум на запрос прайса.

Стратегия продвижения

Поиск:

- 1) Работа с "горячим" спросом
- 2) добавление медийно-контекстного баннера, чтобы повысить узнаваемость компании

РСЯ:

- 1) настраиваем рекламные кампании по ключам
- 2) добавляем рекламные кампании по интересам (для большего охвата целевой и заинтересованной аудитории)
- 3) Ретаргетинг по базе телефонов:
 - а) создание сегмента look-a-like
- 4) Ретаргетинг по посетителям сайта

Т.к. компания молодая и о ней мало кто знает рекомендуем рассмотреть медийные форматы рекламы:

- 1) медийная реклама в Яндекс Директ: баннерная реклама, работает на увеличение узнаваемости компании и бренда.
- 2) продвижение через контент в сервисе Яндекс ПромоСтраницы

Медийная реклама в Яндекс Директ

- 1) Главная задача медийной рекламы - получить максимальный охват аудитории. На первом шаге лучше запускать "общие" баннеры о компании (кто, что предлагает, уникальность). Всю аудиторию, которая видела баннеры мы собираем при помощи пикселя в сегмент и продолжаем работать;
 - 2) 2-ым шагом работаем уже с аудиторией, которая видела наши 1ые баннеры. Т.к. аудитория уже "теплая" (было первое касание), в новых баннерах можно указать новые преимущества, которые могут привлечь пользователей, которые еще не покупали ранее (например, предложить бесплатную консультацию);
 - 3) Ретаргетинг по аудитория, которая видела оба варианта баннеров. На этом этапе воронка сужается, аудитория прогрета и нужно проработать такое УТП, чтобы пользователь захотел купить (предложить индивидуальный план выращивания, предложить скидку и др).
- Минимальный период запуска Медийной кампании: от 3 месяцев
 Бюджет: от 100 000 руб/мес

Яндекс ПромоСтраницы

Сервис, при помощи которого можно повысить узнаваемость, создать спрос на услугу в не сезон или удержать внимание пользователей на вашей кампании.

Варианты тем для публикаций:
 1) Опыт сотрудничества с компанией "SEED" (статья в формате кейса, можно написать на основе отзыва клиента, дополнив фото-или видео-отчетом);
 2) Написать о производстве семян, закрывая основные боли клиентов о некачественной отечественной продукции, о боязни того, что семена не взойдут и др.

Всю аудиторию, которая перешла по объявлению и открыла статью мы также собираем при помощи пикселя Яндекс Аудитории, в Директе запускаем ретаргетинговые кампании и повторно взаимодействуем с этими пользователями (офферы для данные объявлений прорабатываются отдельно, с учетом контента, с которым они ознакомились).

Минимального периода запуска нет, но чем дольше продвигается статья, тем лучше это сказывается на узнаваемости и количестве конверсий
 Бюджет: от 30 000 руб/мес

Пишем статью, оптимизируем и размещаем на сайте [https://\[redacted\]/](https://[redacted]/) в блоге (необходимы будут доработки по дизайну сайта), что положительно отразится на поисковой выдаче сайта;

Эту же статью продвигаем ее при помощи сервиса Яндекс ПромоСтраницы - медийный формат, поможет показать статью как можно большему количеству пользователей. Далее мы повторно взаимодействуем с данными пользователями уже через Яндекс Директ и, например, приглашаем на консультацию врача интегративной медицины

На основе статьи также предлагаю подготовить цикл постов для соцсетей (можно с поста вести на сайт для прочтения статьи полностью или для ознакомления с программой, или вести на страницу с приемом врача интегративной медицины - зависит от того о чем будет пост), чтобы взаимодействие с пользователями происходило по всем каналам продвижения;

Ретаргетинг в РСЯ по сегменту пользователей, которые посетили страницу с Косметологическими услугами ([https://www.\[redacted\].ru/](https://www.[redacted].ru/)) - аудитория уже знает клинику "Лотос", лояльны к ней, заинтересованы в услугах косметолога и их может заинтересовать предложение комплексной профилактики здоровья или программа по продлению молодости;

Контент-маркетинг

Ретаргетинг в РСЯ

План по продвижению направления [redacted] [redacted]

Директ Поиск - коммерческие запросы

Директ Поиск - тестируем продвижение по инфозапросам, которые соответствуют программам [redacted]

Пользователей с поиска ведем на основной сайт по ключам, соответствующим посадочным страницам, таким образом, пользователям уже будет известно о том, что в [redacted] оказываются услуги данного характера

- Прием врача интегративной медицины: [https://\[redacted\]](https://[redacted])
- Ксенонотерпия: [https://\[redacted\]](https://[redacted])
- Генетическое тестирование: [https://www.\[redacted\]](https://www.[redacted])

Собираем этих пользователей в отдельный сегмент и вторым шагом ведем их на сайт [https://p.\[redacted\]](https://p.[redacted]) на отдельные программы или на главную страницу при помощи запуска ретаргетинга в РСЯ;

Предлагаем протестировать инструмент Мастер кампаний - работает по интересам и автотаргетингу на поиске и в сетях, на основе информации с посадочной страницы показывает объявления пользователям, если запрос релевантный. За счет этого инструмента получится собрать дополнительные ключи.

Большую часть продвижения будет занимать "просвещение" аудитории, создание имиджа и спроса для направления превентивной и интегративной медицины в Челябинской области. За счет чего это планируем делать:

Мастер кампаний