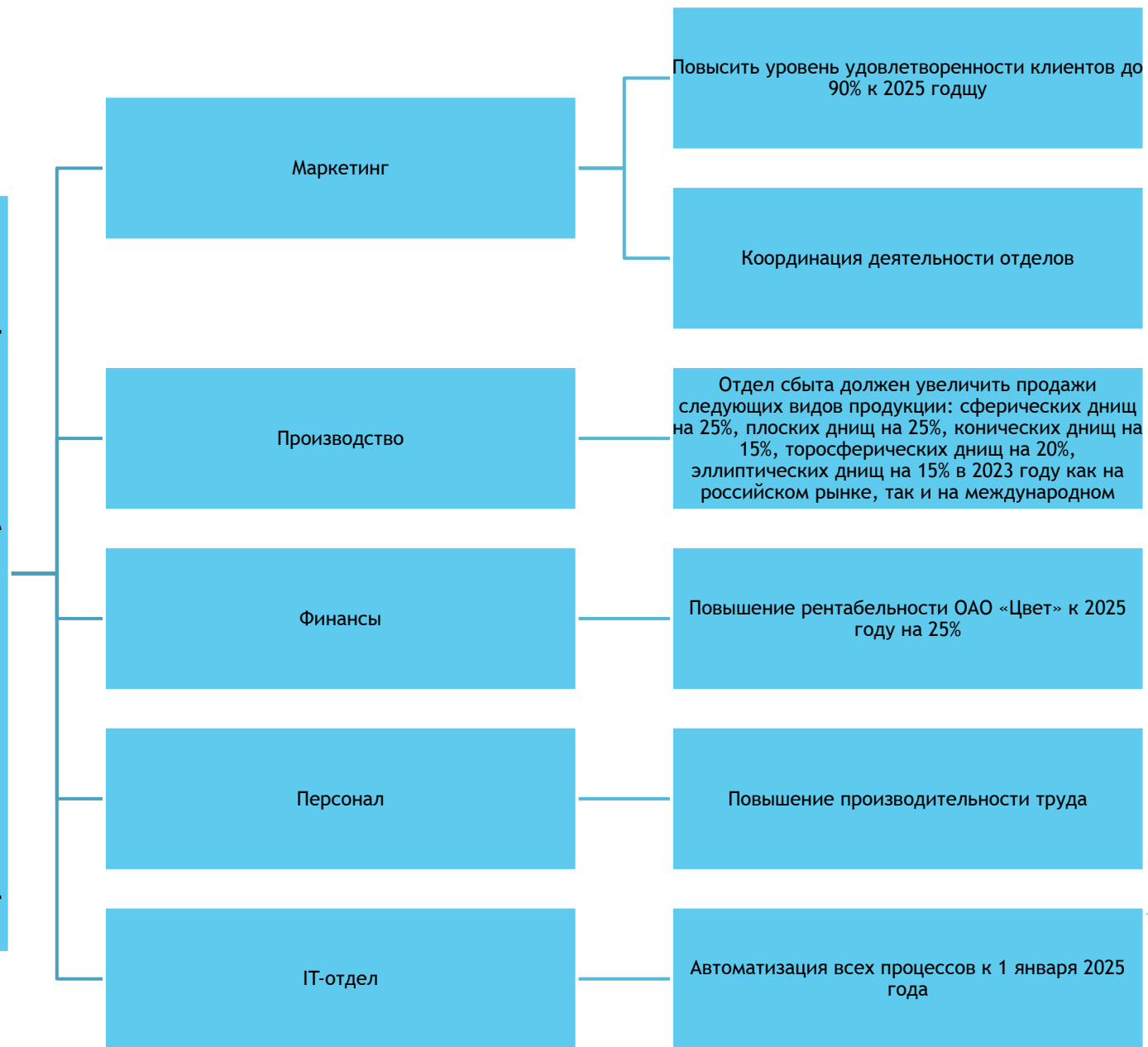


# Контуры стратегии ОАО «Цвет» на ближайшие 5 лет

Выполнили:

Студентки 4 курса группы 17-Ээбо-8  
Паршута Юлия, Калининкова Екатерина

Увеличение прибыли  
машиностроительного предприятия ОАО  
«Цвет» на 10% в год с учетом инфляции



## Уровень 2

Ежегодное использование оффлайн методов продвижения ОАО «Цвет», которое способствует расширению клиентской базы на 15%

## Уровень 3

Организация от 2 выставок отделом маркетинга (в т.ч.: Молочная и мясная индустрия, Агропродмаш»)

Проведение акции «Неделя без турникетов»

Организация Петербургской технической ярмарки отделом маркетинга

Внедрить систему лояльности клиентов, накопительных дисконтных карт к марту 2022 году

- Внедрить систему лояльности клиентов, накопительных дисконтных карт к марту 2022 году
  - Выдача бронзовых карт (скидка 2%) клиентам при покупке на сумму 1 млн руб. (январь 2022 год)
  - Выдача серебряных карт (скидка 3%) клиентам при покупке на сумму 2 млн руб. (февраль 2022 год)
  - Выдача золотых карт (скидка 5%) при покупке на сумму 5 млн руб. (март 2022 год)
- Уровень 3
- Уровень 4

- Ежегодное использование онлайн методов продвижения ОАО «Цвет», которое способствует расширению клиентской базы на 7%
- Создание, актуализация сообществ, групп ОАО «Цвет» в таких социальных сетях, ВКонтакте, Instagram, facebook (ежегодное увеличение на 7% количества подписчиков в социальных сетях)
- Создание собственного YouTube-канала в 2023 году, увеличение количество просмотров на канале YouTube на 30 % через год путем сокращения тем для видео с шести до трех наиболее популярных.
- Оптимизация уже имеющегося сайта к концу 2025 года
- Внедрение мобильного приложения ОАО «Цвет» для удобства оформления заказов в январе 2022 года - пробная версия, в феврале 2022 года - основная
- Уровень 2
- Уровень 3

- Оптимизация уже имеющегося сайта к концу 2025 года
- Через три года оба лендинга нашей компании будут привлекать на 25 % больше лидов благодаря отредактированной структуре страницы
- Через год увеличить посещаемость корпоративного сайта на 20 % при помощи новой стратегии линкбилдинга, что позволит привлечь новых лидов и повысить прибыль
- Разработка и внедрение чат-ботов на сайте ОАО «Цвет» к 2025 году
- Уровень 3
- Уровень 4

- Создание, актуализация сообществ, групп ОАО «Цвет» в таких социальных сетях, ВКонтакте, Instagram, facebook (ежегодное увеличение на 7% количества подписчиков в социальных сетях)
  - Увеличение количества постов до 15 в месяц
- Увеличить скорость ответа в сообществах до 10 минут на одного пользователя
- Систематически выкладывать короткие видеоролики о появлении новой продукции, рассказывать о ее преимуществах
- Уровень 3
- Уровень 4

- Через год увеличить посещаемость корпоративного сайта на 20 % при помощи новой стратегии линкбилдинга, что позволит привлечь новых лидов и повысить прибыль
  - Использование таких инструментов для аналитики, как Ahrefs, Website Auditor и Screaming Frog в качестве основных.
  - Размещение контент-рекламы, разработка качественных и уникальные материалов, которые будут расшариваться другими ресурсами
  - Использование таких методов привлечения ссылок, как аутрича и подборок ресурсов по тематике, сеток блогов и уровни ссылок
- Уровень 4
  - Уровень 5



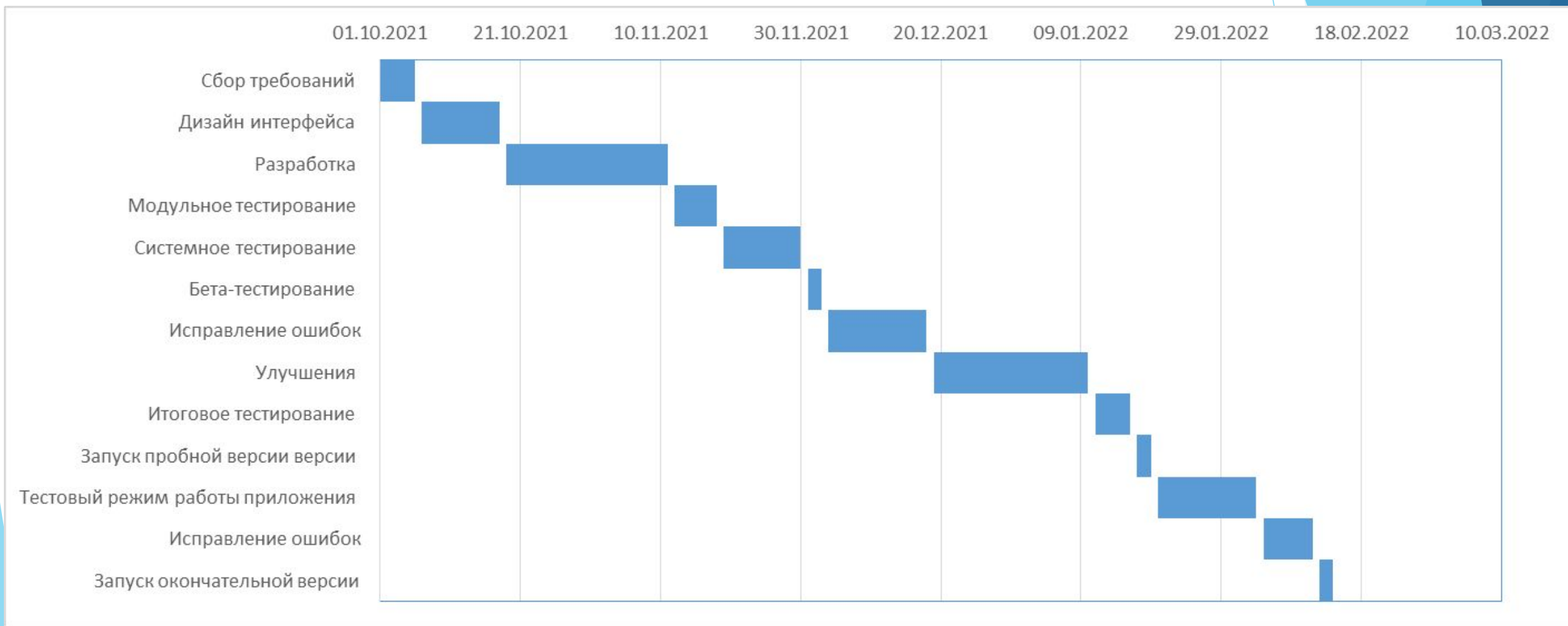
- Через три года оба лендинга нашей компании будут привлекать на 25 % больше лидов благодаря отредактированной структуре страницы
- Ежемесячный мониторинг удобства сайта для заказчиков, модернизация при необходимости: изменение дизайна
- Поскольку предлагаемый ассортимент продукции расширился, компания стала предлагать дополнительные услуги, необходимо ввести разграничение на интернет-сайте компании к концу 2022 года
- Внедрение новых программных продуктов к началу 2023 года
- Уровень 4
- Уровень 5

- Разработка и внедрение чат-ботов на сайте ОАО «Цвет» к 2025 году
  - Разработка чат-бот игры к 23 февраля в 2024 году, по окончании которой потенциальный клиент может получить небольшой бонус в виде купона на приобретение продукции номиналом 10000 рублей.
  - Разработка чат-бота генератора кодов к 8 марта 2025 года. Суть механики заключается в том, чтобы пользователь написал сообщение под постом, а наш бот — «слот-машина» на это выдает комбинацию, обозначающую выигрыш промокода на 15000 рублей.
- Уровень 4
- Уровень 5

# Разработка мобильного приложения

Название задачи	Дата начала	Дата окончания	Длительность, дни
Сбор требований	01.10.2021	06.10.2021	5
Дизайн интерфейса	07.10.2021	18.10.2021	11
Разработка	19.10.2021	11.11.2021	23
Модульное тестирование	12.11.2021	18.11.2021	6
Системное тестирование	19.11.2021	30.11.2021	11
Бета-тестирование	01.12.2021	03.12.2021	2
Исправление ошибок	04.12.2021	18.12.2021	14
Улучшения	19.12.2021	10.01.2022	22
Итоговое тестирование	11.01.2022	16.01.2022	5
Запуск пробной версии версии	17.01.2022	19.01.2022	2
Тестовый режим работы приложения	20.01.2022	03.02.2022	14
Исправление ошибок	04.02.2022	11.02.2022	7
Запуск окончательной версии	12.02.2022	14.02.2022	2

# Диаграмма Гранта



# Этапы организации выставки

- ▶ Выбор выставки для участия;
- ▶ Заказ выставочной площади;
- ▶ Изготовление выставочного стенда;
- ▶ Изготовление рекламных материалов;
- ▶ Размещение информации о предприятии в выставочном сборнике;  
Организация приглашения на выставочный стенд потенциальных заказчиков;
- ▶ Обучение персонала работе на выставочном стенде.
- ▶ Важным элементом является тщательный анализ статистических данных о выставке, включающих информацию: об основных участниках и посетителях выставки; об известности места проведения выставки; о времени проведения выставки; о площади, занимаемой выставкой.

- Создание собственного YouTube-канала в 2023 году, увеличение количество просмотров на канале YouTube на 30 % через год путем сокращения тем для видео с шести до трех наиболее популярных.
- Работа с внутренними характеристиками видео
- Работа с внешними характеристиками ролика
- Работа таргетолога

# Работа с внутренними характеристиками видео

- ▶ Расшифровка текста ролика - это можно сделать с помощью приложений SpeechPad или RealSpeaker. Получение текста субтитров, которые впоследствии необходимо будет добавить на YouTube (март-апрель 2023 года).
- ▶ Уменьшение размера видео до 20-50 мб для удобства загрузки видео на хостинг (15 апреля 2023 года).
- ▶ Подготовка превью (обложка видео в формате png/psd) самостоятельно или отдать ТЗ дизайнеру (15-20 апреля 2023 года).
- ▶ Подготовка файла с оптимизацией ролика. В нем прописан: заголовок, описание видео, теги, хештеги для соцсетей, ссылки с UTM-метками, которые добавятся в описание, тексты для распространения видео в социальных сетях (20-25 апреля 2023 года).
- ▶ Загрузка ролик на хостинг. Добавление заголовка, описание с ссылками, теги, превью. Проверка ссылок с UTM-метками (25-30 апреля 2023 года).
- ▶ Добавление нового видео в плейлист или создание нового.
- ▶ После публикации посмотр видео полностью, необходимо поставить первый лайк, написать первый комментарий.
- ▶ Используя возможности YouTube, поделиться роликом в соцсетях
- ▶ Выложить его с ранее подготовленным текстом
- ▶ Настроить конечные заставки и подсказки
- ▶ Добавить субтитры

# Работа с внешними характеристиками ролика

- ▶ Составить список из 100-120 комментариев. Часть из них должна быть сформулирована в виде вопросов, часть — негативные и позитивные утвердительные, и небольшая часть — нелогичные и немного странные комментарии.
- ▶ На каждый ролик добавить по 20-30 комментариев из вашего списка. Для этого можно использовать сервис Userator.
- ▶ Для лайков и репостов и других социальных активностей использовать следующие сервисы: Aribossa (добавление ролика в избранное), Smmlaba (репосты), Seoclerks (лайки, задания, например, досмотреть несколько роликов вашего канала до конца).
- ▶ Помимо размещения ролика в собственных соцсетях, видео можно выложить в тематические паблики и группы по интересам потенциального клиента.
- ▶ Встроить видеоролик на блог или сайт компании
- ▶ Отслеживать движения видео в ТОПе по ключевым словам. Для этого использовать сервис: Aribossa.
- ▶ Добавить обратные ссылки на видеоролик.
- ▶ Ответить на комментарии ролика.
- ▶ За день и через день от момента публикации опубликовать пост о новом видеоролике.



# Работа таргетолога

- ▶ За 2-3 дня до публикации ролика таргетолог должен получить ссылку на готовый оптимизированный ролик.
- ▶ Так как YouTube принадлежит компании Google, то видеореклама в нем размещается с помощью Google AdWords. Таргетолог настраивает рекламные кампании под разную аудиторию, подбирает нужный вид рекламы.
- ▶ Подготовьте текст для рекламного объявления, который также имеет свой заголовок и описание.
- ▶ В течение 2-7 дней после публикации ролика, таргетолог следит за эффективностью рекламных кампаний и отключает те, которые показывают наименьшую эффективность.
- ▶ После проведения рекламной кампании подготовьте отчет и проанализируйте его для дальнейших действий по продвижению.