

Урок №8 «Маркетинг в стартап – проектах»



Автор: Проектный офис ОПИБ

Цели урока:

- Понимать значение маркетинга для стартап-проекта.
- Анализировать емкость рынка, сегменты потребителей и их потребности.
- Понимать принцип минимально жизнеспособного продукта MVP.
- Принимать решения о реализации минимального продукта в собственном стартапе.



Маркетинг в стартап-проектах

В 10 классе вы уже разбирали основы маркетинга: вы уже знаете, что такое маркетинг и какие маркетинговые стратегии существуют, вы познакомились с маркетинг-миксом и научились его применять на практике. Научились проводить кабинетные и полевые маркетинговые исследования, а также SWOT-анализ. Узнали, как определять целевую аудиторию продукта и как сегментировать потребителей. Познакомились с понятием бренда, ATL и BTL маркетинговыми коммуникациями, а также с принципами цифрового маркетинга.

Маркетинг (от англ. marketing — «рыночная деятельность») — организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации.

Уникальное торговое предложение (УТП)

Итак, у вас есть бизнес-идея какого-то продукта или услуги. Почему в итоге пользователи должны захотеть его приобрести? Что его отличает от всех остальных товаров и услуг? В чём его сильная сторона? Ответы на все эти вопросы содержатся в уникальном торговом предложении (УТП) вашего продукта.

Уникальное торговое предложение (УТП) — это двигатель вашего товара, для продвижения которого требуется дополнительная энергия. То есть, УТП — это чётко сформулированное преимущество товара или услуги над товарами или услугами конкурентов.



У вас уже есть бизнес-идея. Представьте, что вам нужно рассказать о ней своей бабушке, или вы получили задание выйти на улицу и попробовать продать свой продукт первому встречному. То, что вы будете говорить — и есть ваше уникальное торговое предложение.

1. Ваше УТП может указывать на конкретную нишу, которую вы хотите занять со своим продуктом. Предположим, вы решили открыть караоке, но хотите работать с конкретной аудиторией — поклонниками рока. Ваше УТП будет звучать как «рок караоке-бар». Все три слова здесь будут описывать уникальность вашего продукта. Не просто «караоке», а «рок караоке» (то есть нацеленность на определённый сегмент аудитории), и не просто «рок караоке», а «рок караоке-бар» (то есть вы говорите своим клиентам: «Вы сможете здесь послушать рок, посидеть с друзьями за ужином, пообщаться, а если захотите — ещё и попеть любимые песни в хорошей компании»).
2. Ваше УТП может сообщать о том, что вы вывели на рынок уникальный товар, которого раньше не было. Например, вы хотите делать экскурсии по городу. Но чтобы отличаться от конкурентов, вы решили придумать авторские экскурсии, которых больше нет на рынке. Ваше УТП Экскурсия «Гастрономический Алматы» рассказывает о вашем продукте: «Вы не просто узнаете город, но сможете познакомиться с его необычной частью — кухнями разных народов мира»

3. Ваше УТП может указывать на дополнительный сервис, который сопровождает ваш продукт. Например, у вас свой магазин электроники. Ноутбуки продаются в каждом таком магазине. Но ваше УТП «При покупке ноутбука — лицензионные Windows, Office и антивирус в подарок» поможет вам сообщить покупателю, почему он должен выбрать именно вас.
4. Ваше УТП может ориентироваться на какую-то узкую группу клиентов. Например, УТП «Женская школа вождения» расскажет вашим пользователям, что на ваших курсах будут только студентки-женщины, инструкторы, которые знают лучшие подходы к женской аудитории и т. д.
5. УТП может указывать на уникальный отличительный признак. Например, УТП «Большая пицца по цене маленькой» не просто сообщает, что у вас своя пиццерия, но и что поесть в ней будет выгоднее, так как вы продаёте большую пиццу по той же цене, что и маленькую.
6. УТП может указывать на лидерство по какой-то позиции: скорость доставки, цена, качество и т. д. Например, УТП «Служба доставки — быстрее нас только электронная почта» говорит о том, что вы не просто доставите посылку из точки А в точку Б, но сделаете это максимально быстро.
7. И, наконец, УТП может сообщать о высокой эффективности вашего продукта или услуги. Так, УТП школы английского языка English.kz звучит как «1 балл IELTS за 1 месяц», сообщая, таким образом, клиентам, что они не только смогут подготовиться к сдаче экзаменов на знание английского языка IELTS, но и сделают это очень быстро.

Pillowz.kz сформулировали несколько УТП, которые они используют в зависимости от того, какой собеседник сейчас перед ними. Первое УТП звучит как «бронирование места размещения». Данное УТП говорит пользователю, что через сервис Pillowz.kz он может заранее забронировать себе жильё в нужном для него городе. УТП «организация деловых командировок» подходит для деловых людей, которых заинтересует комплексный подход к организации их поездок — они смогут оставить заявку с описанием своих требований, и арендодатели квартир и отелей сами смогут предложить им свои услуги, если они соответствуют указанным критериям. УТП «посуточная аренда квартир и отелей» подходит для менее искущённых пользователей, которые мало знакомы с понятием бронирования, но, услышав УТП, сразу поймут, чем именно занимается сервис Pillowz.kz.



Задание №1

Соберитесь своими командами и вспомните канву бизнес-модели, которую вы составили для своего стартапа. Отталкиваясь от пункта 2 «Ключевые ценности», сформулируйте 3–5 УТП для вашего продукта.

Задание 2

Представьте, что вам нужно сделать плакат, рекламирующий ваш продукт. Используйте лист ватмана, наклейки, цветные маркеры, фотографии и т. д. Ваш плакат должен демонстрировать ваши УТП, которые вы сформулировали в задании 1.

Задание 3

Дополните свою канву бизнес-модели (пункт 2 «Ключевые ценности»), опираясь на УТП, которые вы составили.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !