

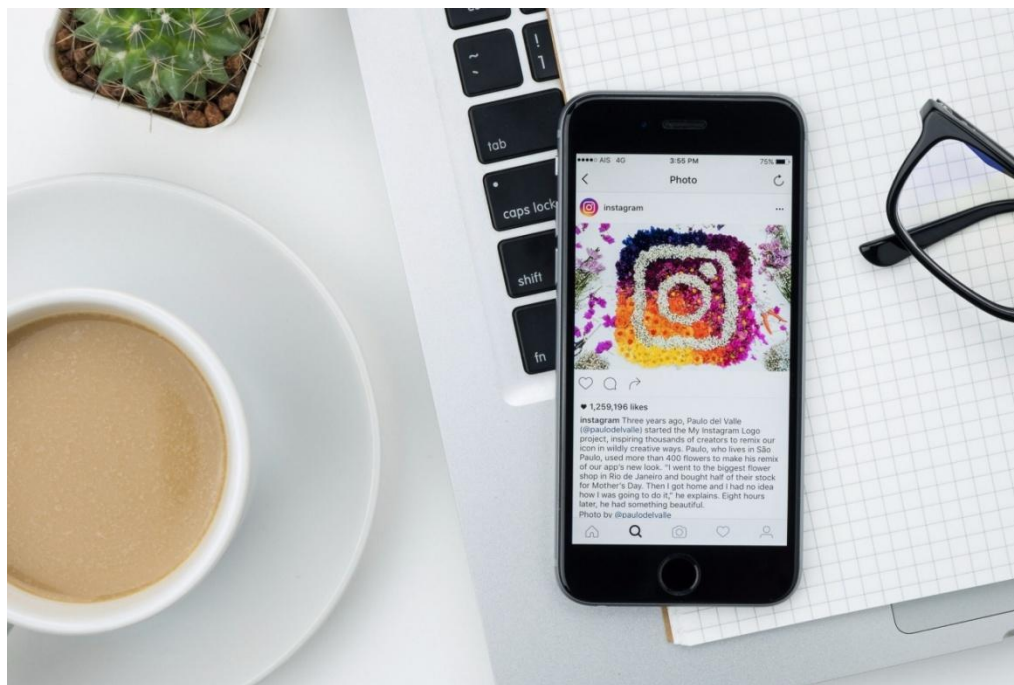
# Instagram 1.0



# 2 неделя

## Занятие 1

### УТП . Целевая аудитория . Виды контента



# УТП – уникальное торговое предложение

Уделите особое внимание составлению УТП , поскольку это очень важный шаг , который во многом определит ваш успех в Инстаграме- именно УТП будет душой вашего бизнеса.



## УТП – уникальное торговое предложение

Уделите особое внимание составлению УТП , поскольку это очень важный шаг , который во многом определит ваш успех в Инстаграме- именно УТП будет душой вашего бизнеса.

УТП – это предложение уникальных особенностей продукта или бренда. Причина, по которой клиент выбирает вас



УТП (от англ. unique selling point) – идея американского маркетолога Россера Ривза. Впервые об этом подходе он упоминает в книге “Реальность в рекламе”.

Автор считал, что реклама должна повышать уровень продаж, а все остальные цели: лояльность, узнаваемость – пустой звук.



Чтобы проверить, есть ли у вас УТП, ответьте на вопросы:

- Чем ваш товар или услуга отличается от конкурентов?
- Почему должны выбрать именно вас?



Чтобы проверить, есть ли у вас УТП, ответьте на вопросы:

- Чем ваш товар или услуга отличается от конкурентов?
- Почему должны выбрать именно вас?

Необязательно выдумывать что-то, можно преподнести старое по-новому.



Чтобы проверить, есть ли у вас УТП, ответьте на вопросы:

- Чем ваш товар или услуга отличается от конкурентов?
- Почему должны выбрать именно вас?

Необязательно выдумывать что-то, можно преподнести старое по-новому.

Запомните: уникальное торговое предложение лежит не в основе продукта, а в том, как и что вы говорите о нем.





Почему УТП так важно?



## Почему УТП так важно?

Продвигать свой продукт можно без маркетинга, если вы делаете что-то эксклюзивное и по масштабам никто не сравнится.

Но как о вас узнает целевая аудитория?  
Долго ли вы продержитесь?



## Почему УТП так важно?

Продвигать свой продукт можно без маркетинга, если вы делаете что-то эксклюзивное и по масштабам никто не сравнится.

Но как о вас узнает целевая аудитория?  
Долго ли вы продержитесь?

**НЕТ**



## Почему УТП так важно?

Продвигать свой продукт можно без маркетинга, если вы делаете что-то эксклюзивное и по масштабам никто не сравнится.

Но как о вас узнает целевая аудитория?  
Долго ли вы продержитесь?

# НЕТ

Найдется тот, кто сможет производить аналогичный товар, только предложив нечто большее, чем просто вещь.



Преимущества уникального торгового предложения:



## Преимущества уникального торгового предложения:

- высокий уровень продаж;



## Преимущества уникального торгового предложения:

- высокий уровень продаж;
- приток новых клиентов;



## Преимущества уникального торгового предложения:

- высокий уровень продаж;
- приток новых клиентов;
- повышает узнаваемость, запоминаемость товара и бренда;





## Преимущества уникального торгового предложения:

- высокий уровень продаж;
- приток новых клиентов;
- повышает узнаваемость, запоминаемость товара и бренда;
- помогает оторваться от конкурентов.



Пример. Открылся интернет-магазин детской одежды.



Пример. Открылся интернет-магазин детской одежды.

- Качественный сервис



Пример. Открылся интернет-магазин детской одежды.

- Качественный сервис
- Богатый ассортимент



Пример. Открылся интернет-магазин детской одежды.

- Качественный сервис
- Богатый ассортимент
- Низкие цены



Пример. Открылся интернет-магазин детской одежды.

- Качественный сервис
- Богатый ассортимент
- Низкие цены

Зачем клиенту менять соседний магазин?



Что делать?



## Что делать?

Искать отличительную черту, ориентироваться на небольшой сегмент рынка.





## Что делать?

Искать отличительную черту, ориентироваться на небольшой сегмент рынка.

УТП в продажах помогает продавцу познакомить покупателей с продукцией, показать ее в выгодном свете.



## Что делать?

Искать отличительную черту, ориентироваться на небольшой сегмент рынка.

УТП в продажах помогает продавцу познакомить покупателей с продукцией, показать ее в выгодном свете.

УТП нужно использовать везде, где есть реклама!





Как не перепутать УТП со слоганом или  
оффером?



# Как не перепутать УТП со слоганом или оффером?

Офферу свойственно меняться. В нем указывают основную выгоду с призывом к действию.



## Как не перепутать УТП со слоганом или оффером?

Офферу свойственно меняться. В нем указывают основную выгоду с призывом к действию.

Например, свадебный салон Diosa – бесплатно подгоним платье под размер, подарим фирменный чехол с вешалкой.



## Как не перепутать УТП со слоганом или оффером?

Офферу свойственно меняться. В нем указывают основную выгоду с призывом к действию.

Например, свадебный салон Diosa – бесплатно подгоним платье под размер, подарим фирменный чехол с вешалкой.

**УТП в маркетинге заявляет о неповторимости товара или услуги.**



**m&m's**

**ТАЕТ ВО РТУ, А НЕ В ЖАРУ**



Рекламный слоган – это характеристика бренда в одной краткой, яркой, запоминающейся фразе.

Все они перекликаются между собой, но решают разные задачи.





Создаем УТП правильно



# Создаем УТП правильно

Три кита, на которых держится эффективное УТП:



# Создаем УТП правильно

Три кита, на которых держится эффективное УТП:

1. Конкретика. Неочевидная выгода, отсутствие деталей вызывает лишь недоумение у целевой аудитории.



# Создаем УТП правильно

Три кита, на которых держится эффективное УТП:

1. Конкретика. Неочевидная выгода, отсутствие деталей вызывает лишь недоумение у целевой аудитории.
2. Простота. Не пишите опусы, говорите о главном на простом для ЦА языке.



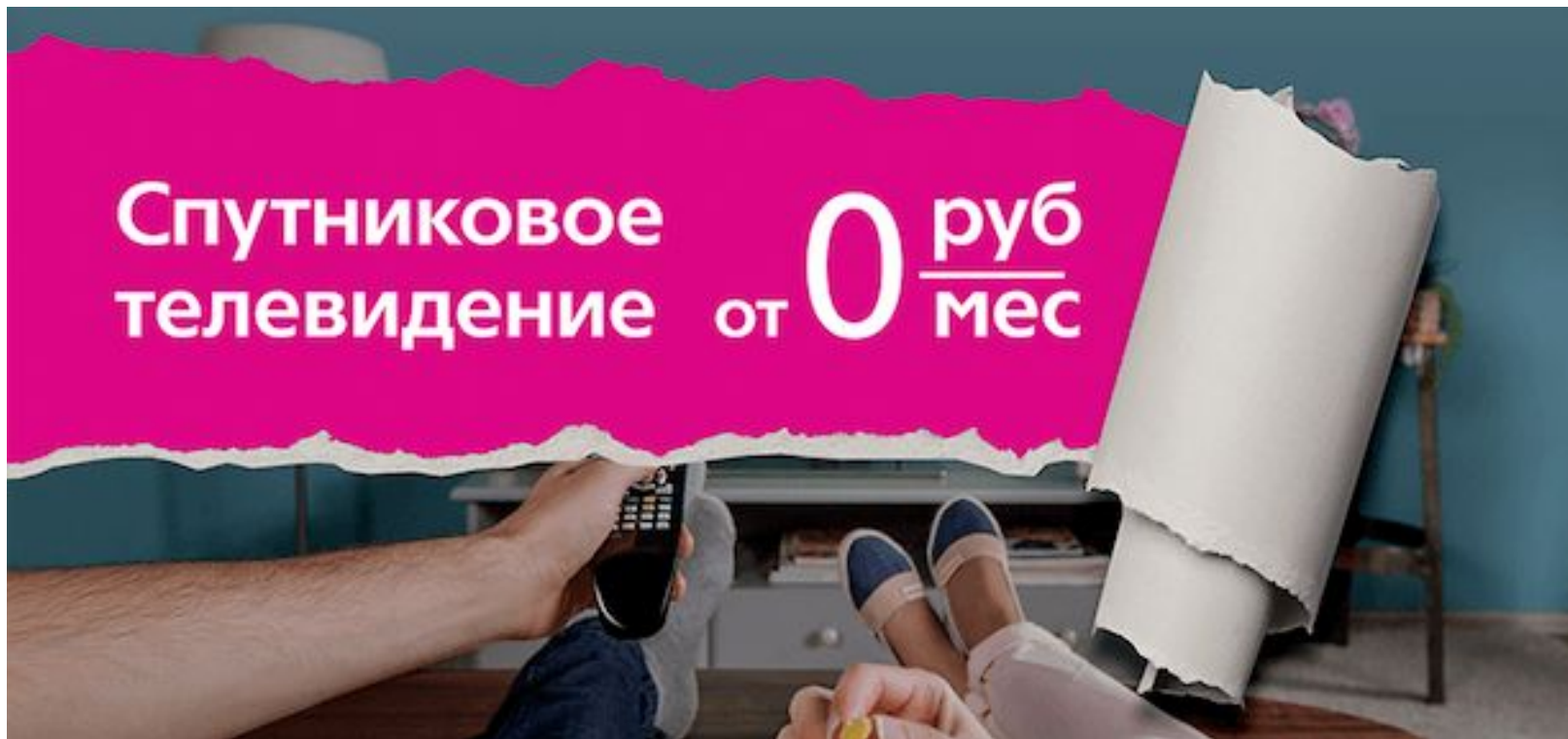
# Создаем УТП правильно

Три кита, на которых держится эффективное УТП:

1. Конкретика. Неочевидная выгода, отсутствие деталей вызывает лишь недоумение у целевой аудитории.
2. Простота. Не пишите опусы, говорите о главном на простом для ЦА языке.
3. Уникальность. Похвалитесь перед клиентом тем, чего нет у конкурента. Низкие цены, высококачественные материалы, отличный сервис – не про нас.



Спутниковое  
телевидение от 0 руб  
мес



Особенности вашего бренда или продукта часто прячутся среди:

- условий доставки,
- результата,
- специфики услуг,
- клиентов,
- качества,
- способов получения результата,
- упаковки,
- комплектации,
- цены,
- характера оплаты.



Особенности вашего бренда или продукта часто прячутся среди:

- условий доставки,
- результата,
- специфики услуг,
- клиентов,
- качества,
- способов получения результата,
- упаковки,
- комплектации,
- цены,
- характера оплаты.

Запомните, мы не выдумываем УТП, а создаем его на основе характеристик продукта, потребностей целевой аудитории.





# Анализ и сбор информации



## Анализ и сбор информации

Перед тем как садиться за УТП, вы должны решить для себя, что вы предлагаете:



## Анализ и сбор информации

Перед тем как садиться за УТП, вы должны решить для себя, что вы предлагаете:

- себя как специалиста,
- услуги,
- товары.



## Анализ и сбор информации

Перед тем как садиться за УТП, вы должны решить для себя, что вы предлагаете:

- себя как специалиста,
- услуги,
- товары.

Нам нужно составить, проработать портрет клиента. Таких аватарок должно быть несколько. Только так получится создать эффективную маркетинговую стратегию.



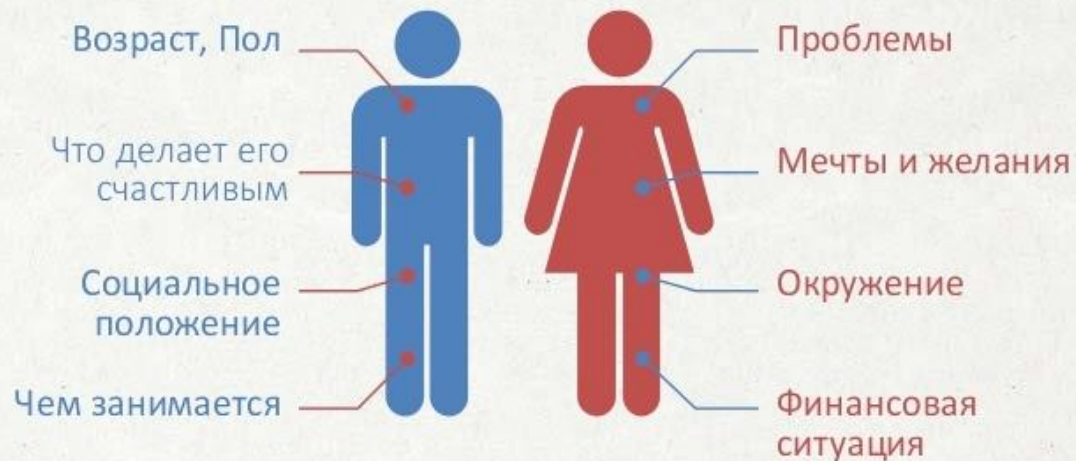




*Портрет потенциального потребителя – это перечень характеристик, помогающий понять жизненные приоритеты, проблемы.*



# Аватар клиента



*Критическая ошибка.*





## *Критическая ошибка.*

*Новички делают описание слишком размытым.*

*В графе возраст указывают от 20 до 70 лет, а в месте проживания – страну.*

*Вы не поймете проблему человека, не сможете предложить то, от чего невозможно отказаться.*

*С проблемами 29 – 70-летнего россиянина вы не попадете в цель.*



Определяем тип проблемы. Я условно делю их на 4 вида:



Определяем тип проблемы. Я условно делю их на 4 вида:

**Редкая.** Затрагивает многих людей, но редко.

К примеру, покупка новой машины. Она необходима всем, но из-за высокой цены и других препятствий приобретают ее не часто.



Определяем тип проблемы. Я условно делю их на 4 вида:

**Редкая.** Затрагивает многих людей, но редко.

К примеру, покупка новой машины. Она необходима всем, но из-за высокой цены и других препятствий приобретают ее не часто.

**Узконаправленная.** Беспокоит определенный круг лиц.

Например, косметологическим креслом интересуются только владельцы салонов красоты.



Определяем тип проблемы. Я условно делю их на 4 вида:

**Редкая.** Затрагивает многих людей, но редко.

К примеру, покупка новой машины. Она необходима всем, но из-за высокой цены и других препятствий приобретают ее не часто.

**Узконаправленная.** Беспокоит определенный круг лиц.

Например, косметологическим креслом интересуются только владельцы салонов красоты.

**Популярная.** Имеет широкую ЦА.  
Например, перегоревшие лампочки.



Определяем тип проблемы. Я условно делю их на 4 вида:

**Редкая.** Затрагивает многих людей, но редко.

К примеру, покупка новой машины. Она необходима всем, но из-за высокой цены и других препятствий приобретают ее не часто.

**Узконаправленная.** Беспокоит определенный круг лиц.

Например, косметологическим креслом интересуются только владельцы салонов красоты.

**Популярная.** Имеет широкую ЦА.  
Например, перегоревшие лампочки.

**Исключительная.** Здесь стандартное решение не подходит.  
К примеру, реставрация картин.



Одна и та же проблема может относиться сразу к нескольким категориям.

Покупка машины одновременно бывает исключительным и популярным вопросом.



Одна и та же проблема может относиться сразу к нескольким категориям.

Покупка машины одновременно бывает исключительным и популярным вопросом.

Далее анализируем продукт, выписываем свойства продукта, закрывающие потребность.





## Сортировка данных

Когда вся информация в наших руках, нужно ее отфильтровать и ранжировать.

Проводим опрос, голосование среди ЦА, распределяем выгоды в порядке убывания рейтинга.



# Сравниваем себя с конкурентами



| Характеристики | Важность для клиента        | Мы | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|----------------|-----------------------------|----|-------------|-------------|-------------|
| 1              | Отсрочка платежа            |    |             |             |             |
| 2              | Доставка в день покупки     |    |             |             |             |
| 3              | Бонусы (2 % с покупки)      |    |             |             |             |
| 4              | 10 способов оплаты          |    |             |             |             |
| 5              | Индивидуальная консультация |    |             |             |             |
| 6              | Вежливый персонал           |    |             |             |             |
| 7              | Подарки постоянным клиентам |    |             |             |             |



| Характеристики | Важность для клиента        | Мы | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|----------------|-----------------------------|----|-------------|-------------|-------------|
| 1              | Отсрочка платежа            |    |             |             |             |
| 2              | Доставка в день покупки     |    |             |             |             |
| 3              | Бонусы (2 % с покупки)      |    |             |             |             |
| 4              | 10 способов оплаты          |    |             |             |             |
| 5              | Индивидуальная консультация |    |             |             |             |
| 6              | Вежливый персонал           |    |             |             |             |
| 7              | Подарки постоянным клиентам |    |             |             |             |

| Характеристики | Важность для клиента        | Мы | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|----------------|-----------------------------|----|-------------|-------------|-------------|
| 1              | Отсрочка платежа            | U  |             | 0           | 0           |
| 2              | Доставка в день покупки     |    | 5           | 5           | 3           |
| 3              | Бонусы (2 % с покупки)      |    | 5           | 4           | 0           |
| 4              | 10 способов оплаты          | U  |             | 0           | 0           |
| 5              | Индивидуальная консультация | U  |             | 0           | 0           |
| 6              | Вежливый персонал           |    | 4           | 5           | 3           |
| 7              | Подарки постоянным клиентам |    | 3           | 1           | 5           |

Выписываем выгоды конкурентов со своими. Ставим “U” напротив наших уникальных характеристик и оценку по пятибалльной шкале, если они есть у других.



| Характеристики | Важность для клиента        | Мы | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|----------------|-----------------------------|----|-------------|-------------|-------------|
| 1              | Отсрочка платежа            | U  | 0           | 0           | 0           |
| 2              | 10 способов оплаты          | U  | 0           | 0           | 0           |
| 3              | Индивидуальная консультация | U  | 0           | 0           | 0           |
| 4              | Доставка в день покупки     | 5  | 5           | 3           | 5           |
| 5              | Бонусы (2 % с покупки)      | 5  | 4           | 0           | 5           |
| 6              | Вежливый персонал           | 4  | 5           | 3           | 5           |
| 7              | Подарки постоянным клиентам | 3  | 1           | 5           | 4           |



| Характеристики | Важность для клиента        | Мы | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|----------------|-----------------------------|----|-------------|-------------|-------------|
| 1              | Отсрочка платежа            | U  | 0           | 0           | 0           |
| 2              | 10 способов оплаты          | U  | 0           | 0           | 0           |
| 3              | Индивидуальная консультация | U  | 0           | 0           | 0           |
| 4              | Доставка в день покупки     |    | 5           | 3           | 5           |
| 5              | Бонусы (2 % с покупки)      |    | 5           | 0           | 5           |
| 6              | Вежливый персонал           |    | 4           | 3           | 5           |
| 7              | Подарки постоянным клиентам |    | 3           | 5           | 4           |

Те условия, где стоит "U", переносим выше по списку, остальные расставляем по убыванию оценки.



Подбираем формулу



Подбираем формулу

Продукт + без + тревога, кошмар клиента





Подбираем формулу

Продукт + без + тревога, кошмар клиента

Онлайн-программа похудения без спортзала.



Подбираем формулу

Продукт + без + тревога, кошмар клиента

Онлайн-программа похудения без спортзала.

Агентство “Лазурный берег” – отдыхаете сейчас, платите через месяц.



Подбираем формулу

Продукт + без + тревога, кошмар клиента

Онлайн-программа похудения без спортзала.

Агентство “Лазурный берег” – отдыхаете сейчас, платите через месяц.

Продукт + с + дополнительная особенность



Подбираем формулу

**Продукт + без + тревога, кошмар клиента**

Онлайн-программа похудения без спортзала.

Агентство “Лазурный берег” – отдыхаете сейчас, платите через месяц.

**Продукт + с + дополнительная особенность**

Онлайн-курсы веб-дизайнера с готовыми шаблонами.



Подбираем формулу

**Продукт + без + тревога, кошмар клиента**

Онлайн-программа похудения без спортзала.

Агентство “Лазурный берег” – отдыхаете сейчас, платите через месяц.

**Продукт + с + дополнительная особенность**

Онлайн-курсы веб-дизайнера с готовыми шаблонами.

Масло для волос с кератином и аргановым маслом.



Подбираем формулу

**Продукт + без + тревога, кошмар клиента**

Онлайн-программа похудения без спортзала.

Агентство “Лазурный берег” – отдыхаете сейчас, платите через месяц.

**Продукт + с + дополнительная особенность**

Онлайн-курсы веб-дизайнера с готовыми шаблонами.

Масло для волос с кератином и аргановым маслом.

**Продукт + выгода**



Подбираем формулу

**Продукт + без + тревога, кошмар клиента**

Онлайн-программа похудения без спортзала.

Агентство “Лазурный берег” – отдыхаете сейчас, платите через месяц.

**Продукт + с + дополнительная особенность**

Онлайн-курсы веб-дизайнера с готовыми шаблонами.

Масло для волос с кератином и аргановым маслом.

**Продукт + выгода**

Сантехника с бесплатной установкой в день покупки.



Товар / услуга + не





## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки

Спешите? Делаем любую стрижку за 30 минут.



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки

Спешите? Делаем любую стрижку за 30 минут.

Уделите всего 30 минут нашему онлайн-курсу, чтобы стать квалифицированным веб-дизайнером.



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки

Спешите? Делаем любую стрижку за 30 минут.

Уделите всего 30 минут нашему онлайн-курсу, чтобы стать квалифицированным веб-дизайнером.

## Товар / услуга + или



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки

Спешите? Делаем любую стрижку за 30 минут.

Уделите всего 30 минут нашему онлайн-курсу, чтобы стать квалифицированным веб-дизайнером.

## Товар / услуга + или

После нашего курса веб-дизайна вы заработаете первые 3 000 рублей, или мы вернем деньги.



## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки

Спешите? Делаем любую стрижку за 30 минут.

Уделите всего 30 минут нашему онлайн-курсу, чтобы стать квалифицированным веб-дизайнером.

## Товар / услуга + или

После нашего курса веб-дизайна вы заработаете первые 3 000 рублей, или мы вернем деньги.

## Продукт + с, от, как, для, из, по, у + свойства





## Товар / услуга + не

Я не пишу статью на скорую руку, потому что контент для 90 % конверсии требует времени.

Мы не добавляем в выпечку маргарин и пальмовое масло.

## Товар / услуга + временные рамки

Спешите? Делаем любую стрижку за 30 минут.

Уделите всего 30 минут нашему онлайн-курсу, чтобы стать квалифицированным веб-дизайнером.

## Товар / услуга + или

После нашего курса веб-дизайна вы заработаете первые 3 000 рублей, или мы вернем деньги.

## Продукт + с, от, как, для, из, по, у + свойства

Обучение танцам онлайн для молодых мамочек.

Мы готовим американо, как для президента



Проблема? У нас есть решение.



Проблема? У нас есть решение.

Надоело сидеть без работы? Наше агентство подберет вам высокооплачиваемую вакансию.



Проблема? У нас есть решение.

Надоело сидеть без работы? Наше агентство подберет вам высокооплачиваемую вакансию.

Продукт + уникальный сервис



Проблема? У нас есть решение.

Надоело сидеть без работы? Наше агентство подберет вам высокооплачиваемую вакансию.

Продукт + уникальный сервис

Только у нас продающий текст с размещением на лендинге.



Проблема? У нас есть решение.

Надоело сидеть без работы? Наше агентство подберет вам высокооплачиваемую вакансию.

Продукт + уникальный сервис

Только у нас продающий текст с размещением на лендинге.

С помощью (продукт) поможем (проблема) с (выгода)



Проблема? У нас есть решение.

Надоело сидеть без работы? Наше агентство подберет вам высокооплачиваемую вакансию.

Продукт + уникальный сервис

Только у нас продающий текст с размещением на лендинге.

С помощью (продукт) поможем (проблема) с (выгода)

С помощью утягивающего белья поможем обрести стройную фигуру.







Батончик вкуснее, чем 10 рублей.

*Юмор, креативность привлекают внимание.*



Батончик вкуснее, чем 10 рублей.

*Юмор, креативность привлекают внимание.*

Мы занимаем 2-е место на рынке проката автомобилей, поэтому работаем лучше.

*Маркетинговая уловка помогла компании Avis переманить, завоевать часть клиентов монополиста Hertz.*



Батончик вкуснее, чем 10 рублей.

*Юмор, креативность привлекают внимание.*

Мы занимаем 2-е место на рынке проката автомобилей, поэтому работаем лучше.

*Маркетинговая уловка помогла компании Avis переманить, завоевать часть клиентов монополиста Hertz.*

Узнай всю правду о своем здоровье за 60 минут – медицинский центр “Приволье”.



4 признака сильного УТП: чек-лист



## 4 признака сильного УТП: чек-лист

*-Предлагают ли конкуренты то же самое?*

*Если доставка в день покупки есть у аналогичных магазинов, то вы просто констатировали факт, а не удивили, не привлекли внимание клиента.*



## 4 признака сильного УТП: чек-лист

### *-Предлагают ли конкуренты то же самое?*

*Если доставка в день покупки есть у аналогичных магазинов, то вы просто констатировали факт, а не удивили, не привлекли внимание клиента.*

### *-Вызывает ли уникальная черта доверие?*

*Рассказывать сказки наподобие: "Станьте миллионером за 3 дня без особых усилий" – значит обрекать дело на провал. Клиенты, не получившие обещанного результата, испортят репутацию.*



## 4 признака сильного УТП: чек-лист

### *-Предлагают ли конкуренты то же самое?*

*Если доставка в день покупки есть у аналогичных магазинов, то вы просто констатировали факт, а не удивили, не привлекли внимание клиента.*

### *-Вызывает ли уникальная черта доверие?*

*Рассказывать сказки наподобие: "Станьте миллионером за 3 дня без особых усилий" – значит обрекать дело на провал. Клиенты, не получившие обещанного результата, испортят репутацию.*

### *-Ваше предложение цепляет клиента?*

*Креатив – это круто, но без реального понимания боли, потребностей клиента – пустой звук.*



## 4 признака сильного УТП: чек-лист

### *-Предлагают ли конкуренты то же самое?*

*Если доставка в день покупки есть у аналогичных магазинов, то вы просто констатировали факт, а не удивили, не привлекли внимание клиента.*

### *-Вызывает ли уникальная черта доверие?*

*Рассказывать сказки наподобие: "Станьте миллионером за 3 дня без особых усилий" – значит обрекать дело на провал. Клиенты, не получившие обещанного результата, испортят репутацию.*

### *-Ваше предложение цепляет клиента?*

*Креатив – это круто, но без реального понимания боли, потребностей клиента – пустой звук.*





## 4 признака сильного УТП: чек-лист

### *-Предлагают ли конкуренты то же самое?*

Если доставка в день покупки есть у аналогичных магазинов, то вы просто констатировали факт, а не удивили, не привлекли внимание клиента.

### *-Вызывает ли уникальная черта доверие?*

Рассказывать сказки наподобие: "Станьте миллионером за 3 дня без особых усилий" – значит обрекать дело на провал. Клиенты, не получившие обещанного результата, испортят репутацию.

### *-Ваше предложение цепляет клиента?*

Креатив – это круто, но без реального понимания боли, потребностей клиента – пустой звук.

*-Вы уложились в 4 – 9 слов? Короткое, лаконичное сообщение быстрее запомнится.*



5 ошибок, убивающих эффективность УТП



## 5 ошибок, убивающих эффективность УТП

**Ложь.** Обещаете телефон в подарок при покупке ЖК-телевизора? Давайте. Иначе сарафанное радио быстро разнесет плохую славу.



## 5 ошибок, убивающих эффективность УТП

**Ложь.** Обещаете телефон в подарок при покупке ЖК-телевизора? Давайте. Иначе сарафанное радио быстро разнесет плохую славу.

**Штампы.** Самые низкие цены, высококвалифицированные специалисты – такое встречается сплошь и рядом. Мы настолько привыкли, что перестали замечать подобное. Если цена – ваш конек, то добавьте конкретики. Например, стальные двери у нас дешевле в 2 раза, чем у конкурентов.



## 5 ошибок, убивающих эффективность УТП

**Ложь.** Обещаете телефон в подарок при покупке ЖК-телевизора? Давайте. Иначе сарафанное радио быстро разнесет плохую славу.

**Штампы.** Самые низкие цены, высококвалифицированные специалисты – такое встречается сплошь и рядом. Мы настолько привыкли, что перестали замечать подобное. Если цена – ваш конек, то добавьте конкретики. Например, стальные двери у нас дешевле в 2 раза, чем у конкурентов.

**Непонятую проблему ЦА.** К примеру, таблетки с цитрусовых экстрактом сожгут лишний жир. Здесь ничего не сказано о проблемах полных женщин: как они устали без мужского внимания, а подъем по лестнице вызывает одышку.



## 5 ошибок, убивающих эффективность УТП

**Ложь.** Обещаете телефон в подарок при покупке ЖК-телевизора? Давайте. Иначе сарафанное радио быстро разнесет плохую славу.

**Штампы.** Самые низкие цены, высококвалифицированные специалисты – такое встречается сплошь и рядом. Мы настолько привыкли, что перестали замечать подобное. Если цена – ваш конек, то добавьте конкретики. Например, стальные двери у нас дешевле в 2 раза, чем у конкурентов.

**Непонятую проблему ЦА.** К примеру, таблетки с цитрусовых экстрактом сожгут лишний жир. Здесь ничего не сказано о проблемах полных женщин: как они устали без мужского внимания, а подъем по лестнице вызывает одышку.

**Неправильный акцент.** У нас вы найдете 1 000 и 1 товар для любой собаки – неправильно, если речь идет о зоомагазине. Продукция для других животных залеживается на полках из-за неправильного позиционирования.



**Воду, множество слов-паразитов.** Излагайте мысль кратко и по сути. Не увлекайтесь словами: то есть, так, допустим, это, значит.



Воду, множество слов-паразитов. Излагайте мысль кратко и по сути. Не увлекайтесь словами: то есть, так, допустим, это, значит.

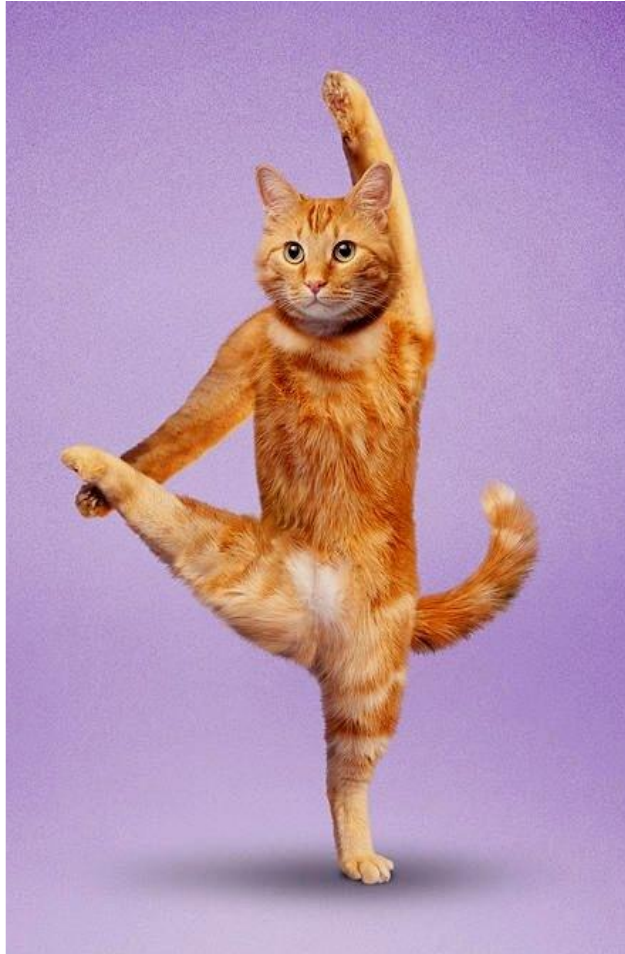
УТП Все!





# Упражнение

Составить 2  
варианта УТП для  
своего направления.



Целевая аудитория!



# Целевая аудитория!

ЦА- это те люди, которым мы будем позиционировать наш товар или услугу . Те люди, которые покупают наш товар или услугу.



# Целевая аудитория!

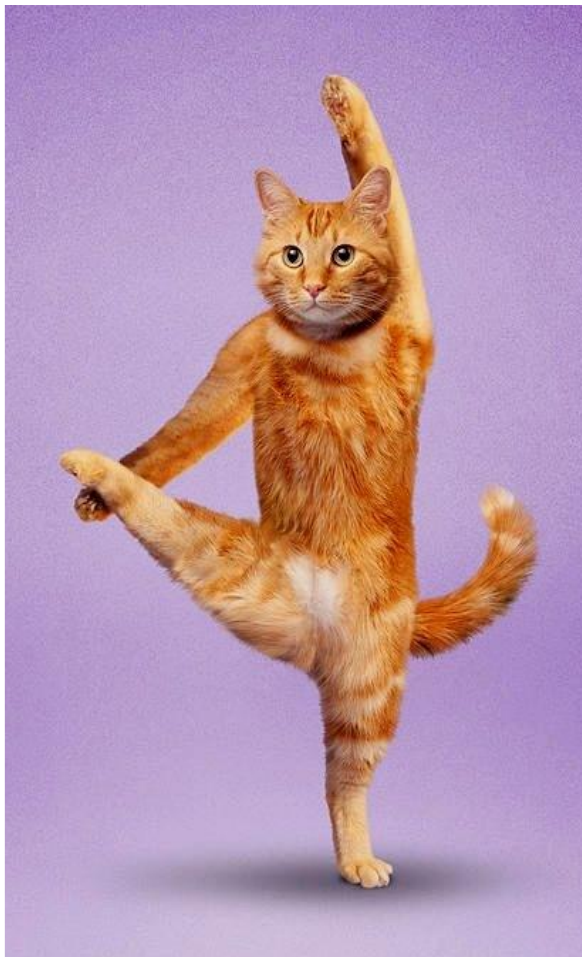
ЦА- это те люди, которым мы будем позиционировать наш товар или услугу . Те люди, которые покупают наш товар или услугу.

Проблема = Решение + возможности



## Упражнение

Составить свой аватар идеального клиента



# Виды контента

- Информационный



# Виды контента

- Информационный
- Продающий



# Виды контента

- Информационный
- Продающий
- Развлекательный





- Информационный



- Информационный = польза.



- Информационный = польза.

Основные виды информационного контента:

- Обзоры, руководства, советы, сравнения товара или услуги
- Ответы на вопросы
- Характеристики товара
- Опросы
- Анонсы мероприятий
- Разрушение мифов
- Истории сотрудников и основателя компании
- Информация общего характера
- Исследования
- Описание рабочих алгоритмов и процессов
- Успехи и достижения
- ТОП товары или услуг
- Секреты и фишки
- Тренды



- Продающий



- Продающий = оффер. (ваше предложение)



- Продающий = оффер. (ваше предложение)

Основные виды продающего контента:

- Демонстрация товара или услуги
- Акции
- Отзывы
- Эксклюзивное предложение
- Выбор дня
- До и после
- Сторителлинг ( о человеке или товаре)
- Пользовательский контент



- Развлекательный



- Развлекательный = вовлечение .Действие человека





- Развлекательный = вовлечение. Действие человека

Основные виды развлекательного контента:

- Конкурсы
- Розыгрыши
- Квесты
- Марафоны
- Неожиданные способы использования товара
- Поздравлялки
- Поздравлялки
- Юмор
- Цитаты



# Домашнее задание



# Домашнее задание

1. Составить портрет своей ЦА. Выявить аватар идеального клиента.



# Домашнее задание

1. Составить портрет своей ЦА. Выявить аватар идеального клиента.
2. По подходящей формуле составить УТП



## Домашнее задание

1. Составить портрет своей ЦА. Выявить аватар идеального клиента.
2. По подходящей формуле составить УТП
3. Определить каким видом контента будете продвигаться в инстаграм.











