
РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА
ЮВЕЛИРНОЙ БИЖУТЕРИИ

ВЫПОЛНИЛА: САРЫГЛАР ЛИЛИАНА ОЛЕГОВНА



Легкий вход на рынок всегда подразумевает высокую конкуренцию. В таких условиях разработка маркетинговой стратегии с наиболее эффективными каналами продвижения для запуска компании играет важную роль в достижении конкретного результата, сокращении временных и финансовых издержек для бизнеса. что обуславливает актуальность темы нашей работы.

Целью работы является разработка маркетинговой стратегии продвижения, составления рекламных каналов и анализа их эффективности для интернет-магазина.

Объект: интернет-магазин ювелирной бижутерии.

Задачи

АНАЛИЗ КОМПАНИИ

Предварительный анализ ниши и продукта, SWOT

Анализ конкурентов

Анализ целевой аудитории

Разработка позиционирования

ТОЧКИ КАСАНИЯ

Проработка прототипа лендинга

Стратегии аккаунтов

Остальные точки касания

МЕДИАПЛАН И АНАЛИТИКА

Медиаплан

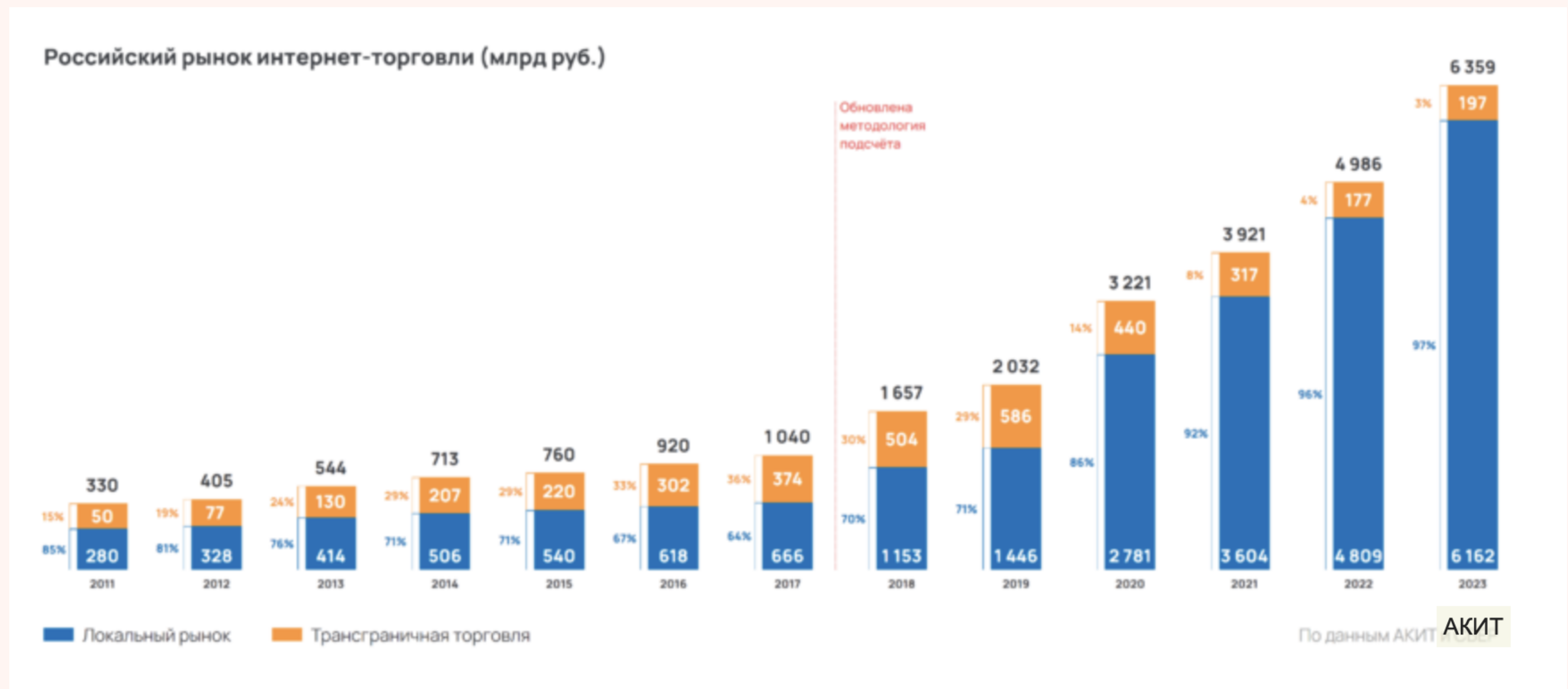
Анализ точек касания



Предварительный анализ ниши

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), которые обнародованы в феврале 2024 года, «Объем российского рынка электронной коммерции по итогам 2023 года достиг 6,36 трлн рублей, что на 28 % больше в сравнении с 2022-м.

Согласно докладу «Интерфакс», на онлайн-сегмент пришлось 13,8 % розничных продаж в России по итогам 2023 года против 11,6 % в год ранее. И товары для красоты и здоровья вошли в пятерку наиболее продаваемых интернет-товаров и составило 8,1 % от общего объема.



Предварительный анализ ниши

Аналитики Business Stat сообщают, что интерес к бижутериям в последние пять лет был стабильно высоким, годовые продажи превышали 70 млн.шт.

В 2022 году, опросив более 1,5 тысяч человек по всей стране, Ozon выяснил:

- 32 % россиян носят разнообразные аксессуары каждый день;
 - 1/5 часть – дополняет ими свой образ, когда идет на работу или просто по настроению;
 - Для каждого десятого – это детали, без которых нельзя появиться на свидании или в театре;
 - Четверть респондентов считают аксессуары обязательным атрибутом и показателем хорошего вкуса;
 - 22 % россиян покупает себе новые аксессуары не реже раза в полгода,
 - 17 % – каждый месяц, а каждый пятый – просто по настроению, не ограничивая себя временными рамками.
-

Анализ продукта

Товар	Калькулятор продаж прибыли	Ср. кол-во заказов на 1 отзыв	Возраст товара в днях	Кол-во дней с продажами	Наличие	Заказы	Продажи	Ср. цена на WB	Выручка	График заказов
 <p>Серьги и гвоздики сере... Артикул: 158868824</p>		13.11	313 дн.	30 дн.	1 494 шт.	1 075 шт. +35 %	1 050 шт. +36 %	445 ₺ -19 %	458 670 ₺ +8 %	
 <p>Кольцо с камнями сер... Артикул: 145991831</p>		3.8	380 дн.	30 дн.	1 205 шт.	1 244 шт. +1 267 %	1 205 шт. +1 224 %	371 ₺ -46 %	434 963 ₺ +721 %	
 <p>Серьга гвоздик сереб... Артикул: 4399608</p>		2.82	1 228 дн.	30 дн.	406 шт.	724 шт. +56 %	680 шт. +64 %	432 ₺ -36 %	290 744 ₺ +32 %	
 <p>Кольцо ван клиф с кам... Артикул: 146138846</p>		5.71	372 дн.	30 дн.	218 шт.	914 шт. +45 600 %	871 шт. +43 450 %	365 ₺ -46 %	277 943 ₺ +33 067 %	
 <p>Кольцо серебро с раух... Артикул: 12777929</p>		3.05	1 228 дн.	28 дн.	43 шт.	556 шт. +1 403 %	547 шт. +1 378 %	477 ₺ -58 %	260 919 ₺ +544 %	
 <p>Серьги конго золото 5... Артикул: 193797409</p>		2.03	85 дн.	30 дн.	426 шт.	612 шт.	602 шт.	406 ₺	244 640 ₺	
 <p>Кольцо "Спаси и сохра... Артикул: 189560664</p>		3.11	101 дн.	30 дн.	218 шт.	753 шт. +14 960 %	721 шт. +14 320 %	266 ₺ -79 %	194 765 ₺ +3 444 %	

Средняя цена изделия в Wildberries

Анализ продукта

Преимущества	Доказательства
1. Высокое качество	1. Качественная бижутерия не штампуется оптом, а изготавливается индивидуально на ювелирном аппарате, что подтверждается наличием пробы.
2. Реалистичная имитация золота (желтого, красного, розового) и серебра.	2. При сравнении золотого и ювелирного бижутерного продукта разницу увидят только ювелиры и ценители.
3. Подходит всем, т.к. Безопасна и не вызывает аллергических реакций.	3. Выполнена из медицинского сплава. Имеет безопасный состав, в основном сталь. Из данного сплава делаются медицинские инструменты, например скальпели, зубные коронки, протезы.
4. Доступная стоимость.	4. Стоимость данного сплава в 10 раз дешевле драгоценных металлов.
5. Прослужат долго.	5. Сталь тверже золота. При правильном уходе прослужат годами без потери презентабельного вида.

SWOT

– Возможности (Opportunities)	– Угрозы (Treats)
<ul style="list-style-type: none">– Тренд на ювелирные украшения набирает обороты.– Возможность закупки товара онлайн от отечественных и иностранных производителей.– Бизнес из категории «легковесный», не требует больших затрат для хранения в складских помещений и на услуги специальных перевозчиков.– Большой охват потенциальных покупателей не только в региональном рынке, так по всей стране и даже за рубежом.– Известные производители бижутерии сами работают на узнаваемость, позиционирование продукта на мировом рынке, поэтому покупателям уже знакомы их товары. Следовательно, нам не требуется больших затрат на рекламу.– Широкий круг сегмента.	<ul style="list-style-type: none">– Увеличение конкуренции, появление на рынке аналогичных компаний: маркетплейсы, интернет-магазины, ручная работа по индивидуальному заказу.– Зависимость от модных веяний и предпочтений покупателей.– Товар не первой необходимости. При экономическом кризисе покупательская способность снижается в разы.– Предпочтителен закуп оффлайн у самих производителей.– Не всегда удастся выехать за границу.– Форс-мажоры при перевозке или доставке товара.– Зависимость от курса валют при работе с иностранными производителями.

SWOT

– Сильные стороны (Strengths)

- Небольшие инвестиции на страте.
- Легкость открытия. Быстрая окупаемость.
- Изделия высокого качества по доступной цене.
- Появление на рынке производителей бижутерии как в России, так и в других странах. Возможен онлайн-заказ товаров.
- Известные заводы работают с ведущими дизайнерами или имеют в своем штате дизайнера, который создает уникальные украшения.
- В основе определенный сплав – медицинское золото, который имеет безопасный состав. Гипоаллергенно. Подходят и детям, и пожилым людям. Производители дают документы о безопасности продукта (лицензии, сертификаты), также представлены на официальных сайтах.
- Современная уникальная технология производства. Внешнее сходство с драгоценными металлами, что только ювелиры и ценители могут определить отличие.
- Разновидность украшений. Без камней, с искусственно выращенными полудрагоценными камнями, с кристаллами SWAROVSKI с потрясающим внешним сходством с бриллиантами и драгоценными камнями.

– Слабые стороны (Weakness)

- Высокий уровень конкуренции.
- Не вся аудитория предпочитает бижутерию.
- Украшения недолговечны по сравнению с ювелирными изделиями.
- Особенности ухода. Соблюдение определенных правил при обращении.
- Высокая цена по сравнению с прочей бижутерией.
- Возможна поломка изделия во время доставки как от производителей, так и до покупателя.
- Часть потенциальных покупателей не верят или не имеют возможности покупать в онлайн-магазине. Возможно нужно открывать оффлайн точку, что влечет повышение затрат.
- Контролировать работу удаленного персонала сложно.
- Сезонность спроса. Пик продаж к праздникам, после активность снижается. Между сезонами усиленная работа на лояльное отношение к клиенту с проведением акции, распродажи.

Прямой конкурент по продукту, общая аудитория

Не имеет сайта для анализа.

Анализ аккаунта В Инстаграмм.

(#natalo4ka777)

Подписчиков: 16,6 тыс.

Вовлеченность: 0,6 % за последние 18 постов.

Тип сообщества: Личный блог.

Аккаунт в ВК:

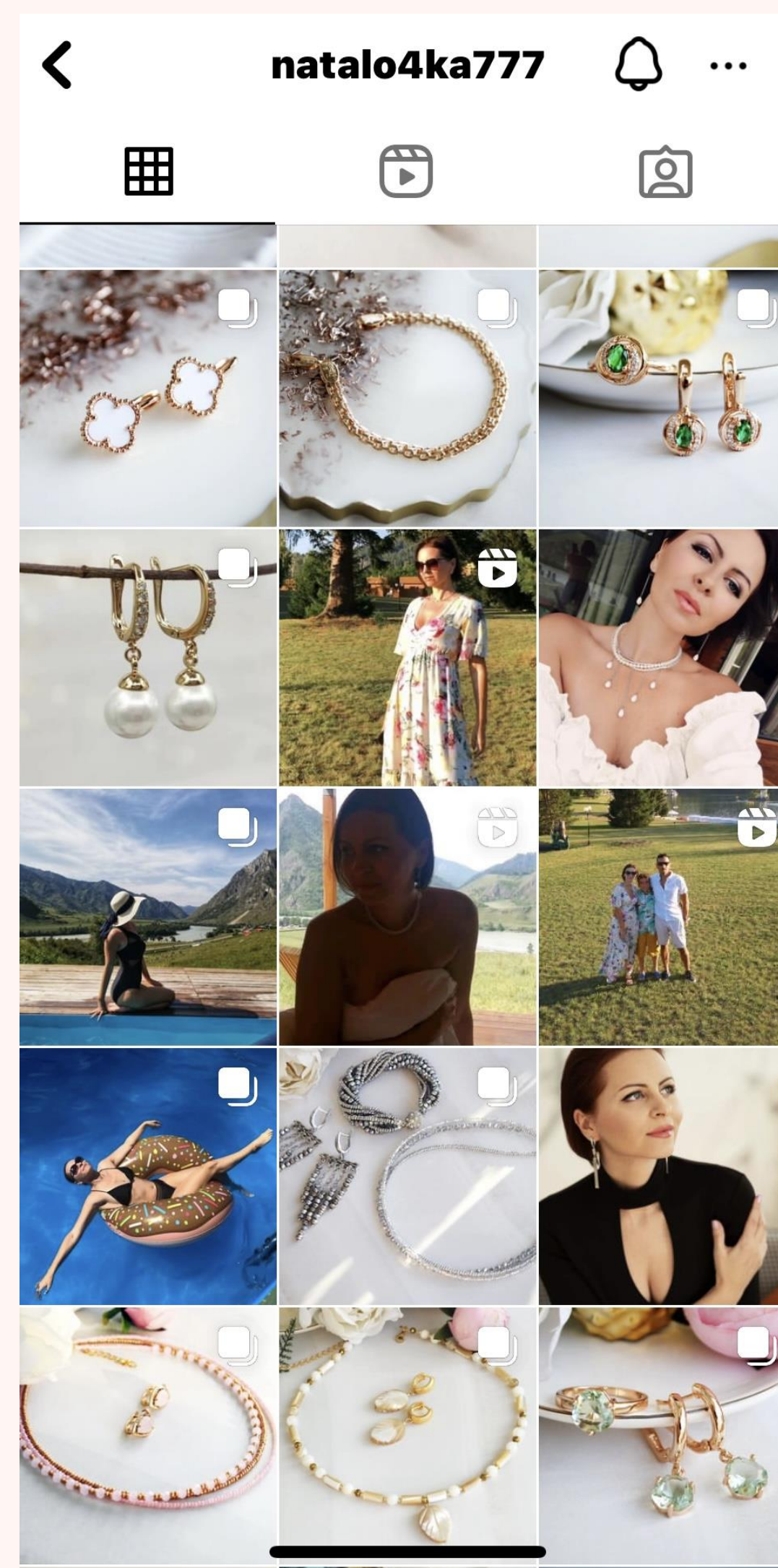
(https://vk.com/natalo4ka_777)

Подписчиков: 9237ч.

Вовлеченность: 0,77%

Ценность аккаунтов: основано на личном брендинге.

- Фотографии и рилсы качественные, бижутерии показаны как галерея из 10 фото, выходят 2 раза в неделю.
- Описание и цена товара в комментариях с нумерацией.
- Текст грамотный, информативный.
- Информации о способах оплаты и доставки нет.



Выводы

- ✓ Отстройка продукта от конкурентов построен на личном брендинге.
- ✓ Подписчиков Инстаграме, больше, чем в ВК.
- ✓ Рекламного продвижения и контент-плана не имеется.
- ✓ Отзывы от покупателей все положительные.
- ✓ Для портрета своего сегмента использует личный образ и фотоотзывы своих покупателей.
- ✓ Судя по комментариям, оплата через перевод по 900, после оплаты переписка в личных аккаунтах, где дается адрес проживания конкурента, где покупатель забирает товар лично.
- ✓ Точки касания:
сообщения в директ, комментарии.

Прямой конкурент по продукту, общая аудитория

Не имеет сайта для анализа.

Аккаунты:

https://www.instagram.com/frutti_kyzyl

Подписчиков: 3767

Вовлеченность: 0,29 % за последние 18 постов.

https://vk.com/frutti_luxe

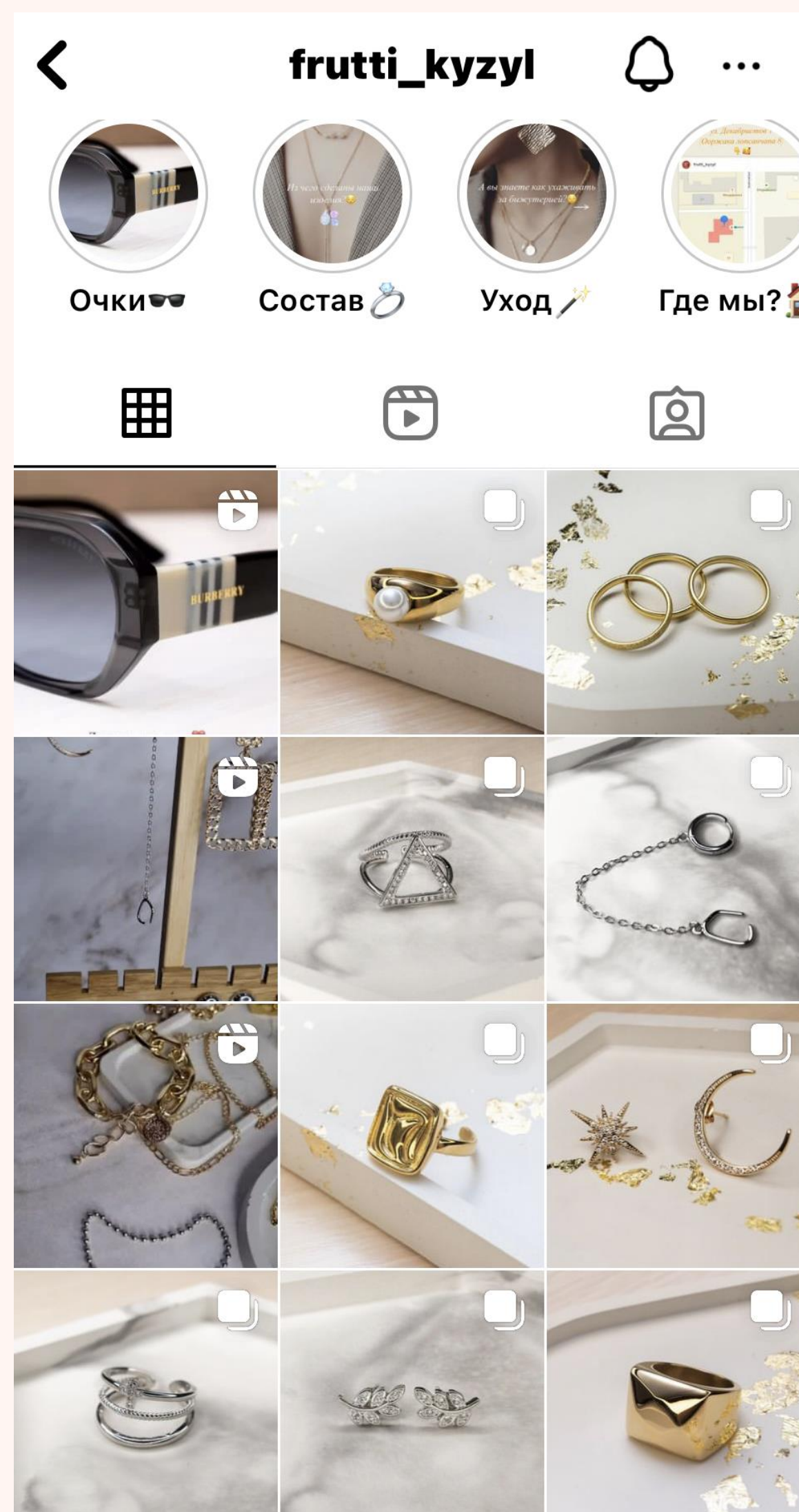
Подписчиков: 5

Вовлеченность: 0 %

Тип сообщества: бизнес, магазин.

Концепция аккаунта: используется как каталог с описанием товара и цены или адреса оффлайн-точки.

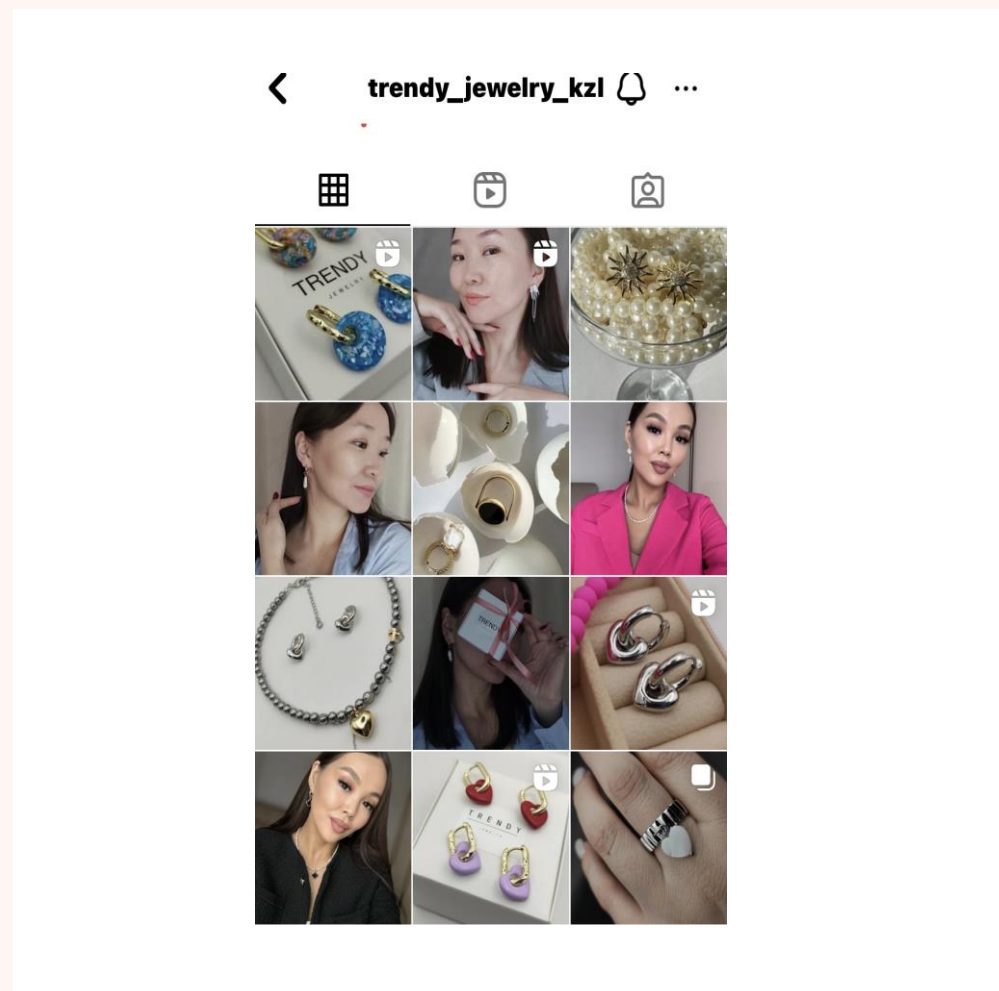
- Нет информации об оплате и доставки товара. Используется формат фотогалереи и рилса.
- Нет явного сегментирования своей целевой аудитории. В общих чертах девушки, которые носят трендовую и качественную бижутерию.
- Текст грамотный, информативный.
- Нет информации об оплате и доставке.



Выводы:

- ✓ Аккаунты используются как привлечение трафика в оффлайн-точку.
- ✓ Рекламного продвижения и контент-плана не имеется.
- ✓ Контент скучный, состоит в основном из фотографий.
- ✓ Посты исключительно продающие, нет интересных вовлекающих, которые стимулируют к покупке или подписке аудитории.
- ✓ Нет отзывов. Неизвестно как оценивает продукт покупатель.
- ✓ Нет портрета своей целевой аудитории.

Конкурененты

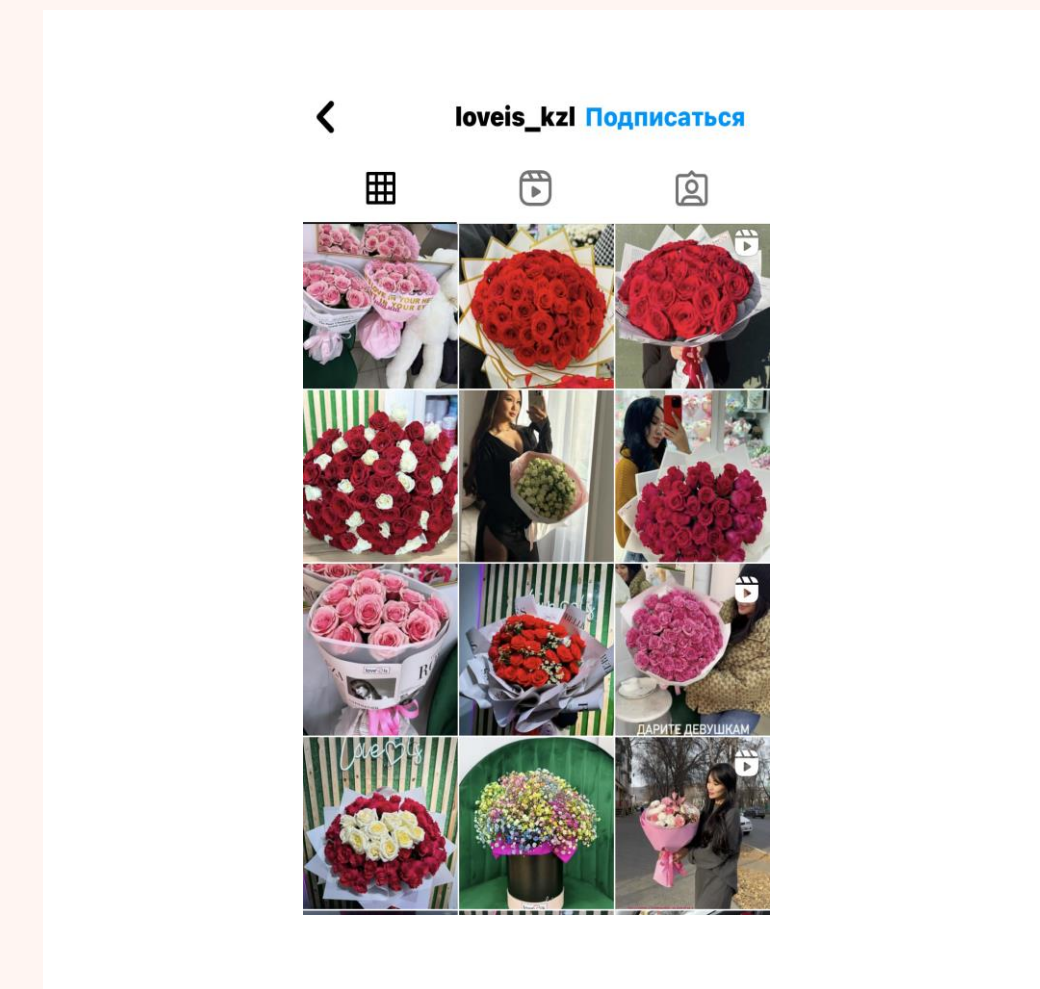


бижутерии и чокеры ручной работы из бисера, жемчуга, керамики

- кроме фото и рилсов, нет других форматов постов;
- Не наблюдается четкого сегментирования аудитории;
- Не описаны характеристики товаров и их цены;
- + рекламный канал - привлечение блогера;
- + Положительные отзывы;
- + Использование упаковки с логотипом



- товары не всегда соответствуют описанию;
- долгое рассмотрение претензий к товару;
- отсутствие прямого контакта с покупателем;
- + огромный ассортимент товаров;
- + Бесплатная доставка;
- + Первые места в поисковой выдаче



цветы, букеты, подарки, мягкие игрушки, шары

- не выставлены наличие и ассортимент цветов и др. товаров.
- Посты только о выполненных заказах;
- Не прослеживается контент план;
- + положительные отзывы;
- + Указаны точки касания;
- + наличие готовых подарочных боксов

Целевая аудитория

молодежь

Школьницы, подростки

1. Подражают образам своих кумиров;
2. Лучшие друзья

Студенты

1. Делают выбор по стилю одежды;
2. Влюбленные пары

Невесты

1. Делают выбор по стилю одежды;
2. Влюбленные пары (парные украшения)

Неформальные группы молодежи

Выбирают экстравагантные необычные украшения: черепа, шипы, цепи.

женщины

По особым случаям

1. Для вечерних нарядов
2. Для специальных мероприятий

На каждый день

Покупают себе

1. Бижутерии без камней;
2. Бижутерии с камнями;
3. Копии брендов;
4. Комплекты

Мамы, покупают своим детям

1. Для первого прокола ушей;
2. Для ежедневной носки в детсад, прогулки

Люди, ищущие подарок своим близким

1. Мужчина – жене, любимой
2. Члены семьи – для дочери, мамы, сестры

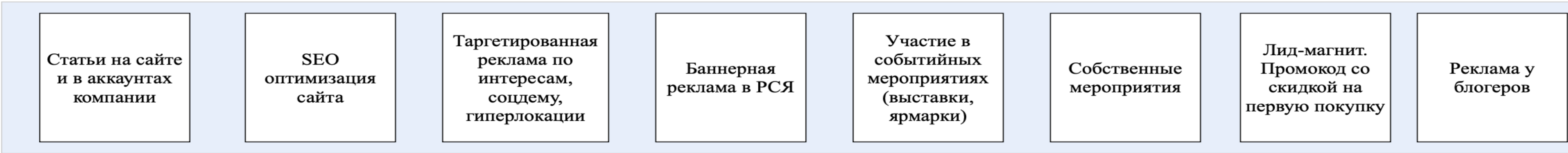
Позиционирование

1. Качество и безопасность продукта.
2. Ведение лояльной ценовой политики.
3. Сервис.
4. Позиционирование в широком ассортименте.
5. Позиционирование на бренде.



Система точек касания

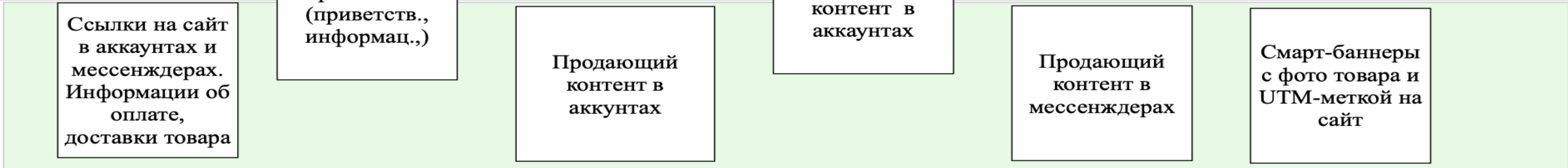
Возникновение потребности



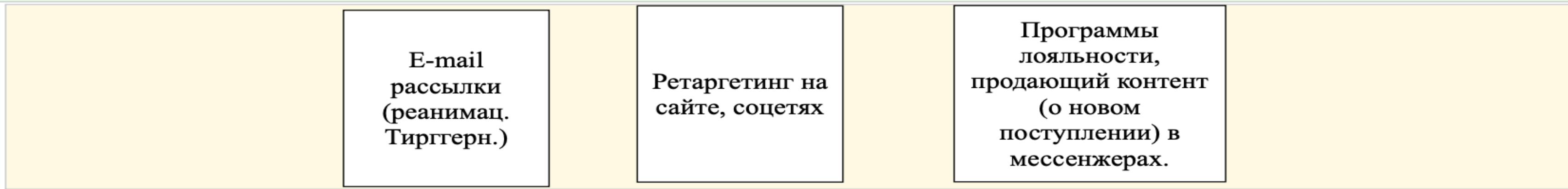
Оценка и выбор



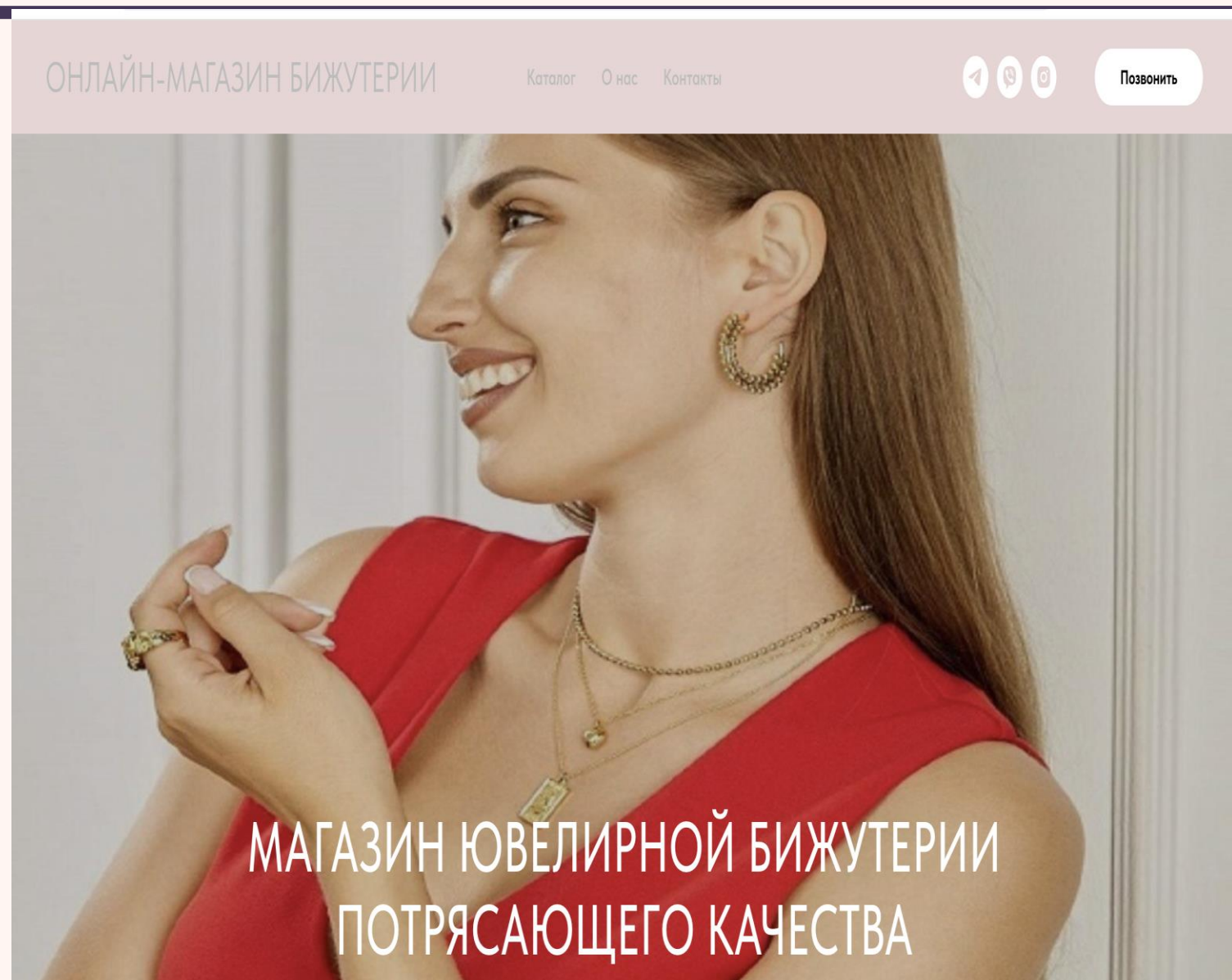
Покупка, оформление Заказа



Этап Возврата

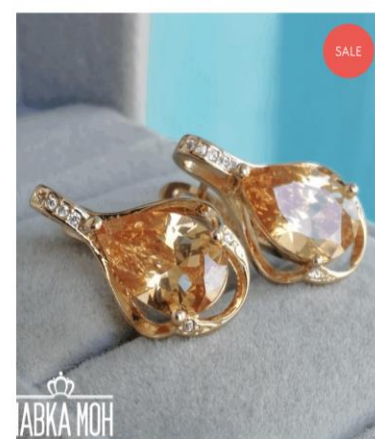


Точки касания: лендинг

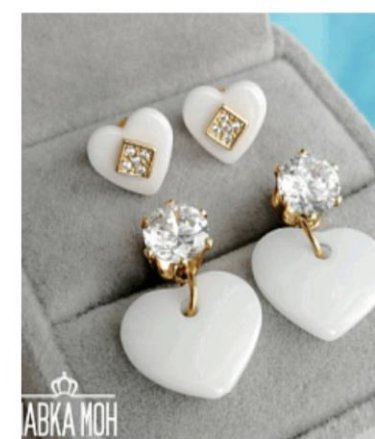


МАГАЗИН ЮВЕЛИРНОЙ БИЖУТЕРИИ
ПОТрясающего качества

Разнообразие моделей – это несомненно важно. Но самое главное – это возможность носить украшения, не вызывающие аллергию. Еще одна особенность наших изделий – они не боятся контакта с водой, не окисляются, не темнеют и не оставляют следов на коже. Носите их бережно и они прослужат вам годы.



Серьги "Слеза Солнца"
1299 р. 1999 р.



Серьги-гвозди "Нежность"
1899 р.



Ультрамодное кольцо
3599 р.

Сертификация

Мы имеем все сертификаты качества и безопасности. В основе украшений определенный сплав – медицинское золото с покрытием серебром 925 пробы и золотом 585 пробы. Гипоаллергенны. Не содержат в своем составе никель.

Качество

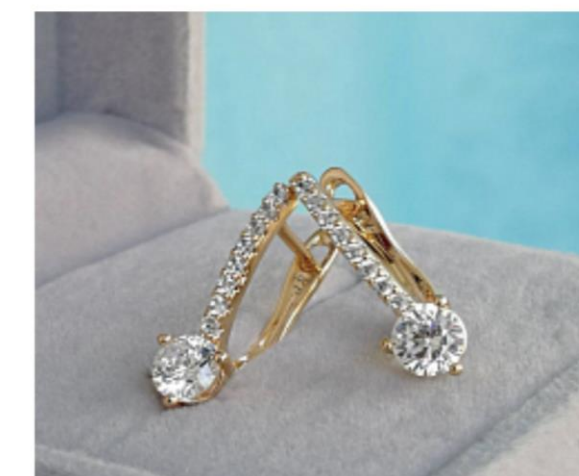
Мы работаем со Всемирно известными заводами ювелирных бижуриер, которые работают на рынке более 15 лет. Выработана уникальная технология производства, что позволяет получить к качественную продукцию, которая прослужит много лет и сохранит красивый внешний вид.

Визуально неотличимы от драгоценных металлов

Изделия из мед сплава прекрасно имитируют и белое, и жёлтое, и даже розовое золото. Непрофессионалу заметить разницу довольно сложно.

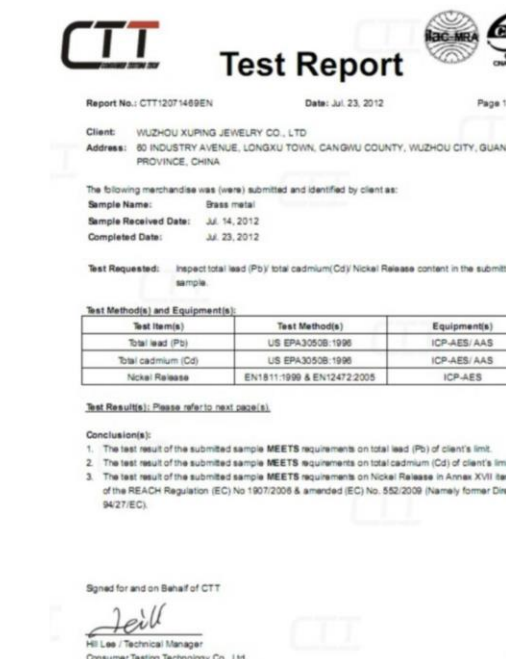
Демократичные цены

Стоит значительно дешевле драгоценных металлов, экономит ваш бюджет и наполняет шкатулку разнообразным изделием!



ЛИЦЕНЗИИ КАЧЕСТВА НАШИХ ПОСТАВЩИКОВ

uly 23rd, 2012 Test



Следите за нами в соцсетях.

г.Кызыл, ул.Дружбы д. 23
тел. +71232353445

Точки касания: структура сайта



Рис. 16

Точки касания



Аккаунт

Формат аккаунта – брендовое сообщество с элементами экспертного блога.

Задача аккаунта – узнаваемость бренда, формирование доверия и ценности продукта, создать эмоциональную связь с подписчиком и в конечном итоге подвести к продаже и возврату покупателя.

Аккаунт содержит информационный, вовлекающий, экспертный, развлекательный контент.

При формировании контента учитывали этапы воронки продаж.

Дни месяца	Время	Вид контента	Тема	Формат
1	7.30		Приветствие	фото с пожеланиями
	13.00	Информац.-эксперт.	Проблема-решение. Как носить правильно многослойные цепи	Тематич. Фото наших украшений с отметкой и пост
2	7.30		Приветствие	Фото с пожеланиями удачного дня
	13.00	Развлекательный	Какие украшения предпочитаете?	Квиз с видами украшений из нашего каталога с отметкой
3	7.30		Приветствие	Гив с пожеланием доброго утра
	13.00	1 этап воронки	История как мы пришли к этому бизнесу	Рилс
4	7.30		Приветствие	Фото с пожеланиями удачного дня
	13.00	2 этап воронки	Информация о качестве продукта	Рилс
5	7.30		Приветствие	Фото с пожеланиями доброго утра
	13.00	Информац.	Отзыв покупателя	Скрин с Директа
6	7.30		Приветствие	Фото с пожеланиями доброго утра
	13.00	Развлекательный	Виды сережек	Фото сережек из каталога с отметкой
7	7.30		Приветствие	Пожелание доброго утра
	13.00	3 этап воронки	Обзор украшений без вставок	Фото в товаров наличии
8	7.30		Приветствие	Гив с пожеланием доброго утра
	13.00	Вовлекающ	Благодарность	Пост
9	7.30		Приветствие	Фото
	13.00	4 этап воронки	Акции	Пост

Аккаунт: воронка

Этап 1: Возникновение потребности

- Наша история – как мы пришли к этому делу;
- Почему именно это дело, почему нравится заниматься им?
- Описание какие украшения мы продаем.
- Преимущество и выгоды товара.
- Подробное описание какие дополнительные услуги предоставляем: сроки доставки, помощь во вручении подарка, если покупатель сам не может по каким-то причинам и т.д.
- Промокод со скидкой на первую покупку.

Этап 2. Оценка и выбор.

- Что положительного может получить покупатель о приобретения нашего продукта. Например: сравнительные изображения без и с бижутерией, радостные эмоции от подарка и т.д.
- Скрытые продажи. Какие украшения сейчас в моде? Изображения айдолов с такими украшениями, которые у нас есть продаже.
- Где носить наши украшения: дома, в школу, на прогулку с друзьями, походы в театр, на различные праздники, на сцену, участие в конкурсах, для невест. т.е. Для каждого подсегмента.
- Посты относящиеся к теме о бижутерии. Например высказывания известных людей.
- Посты какие боли покупателя закрываем. Качество и безопасность украшений, как можем помочь, если ищут подарок и т.д.

Этап 3. Покупка

- Экспертные посты от стилиста. Что и с чем носить? Как носить? и т.д. Что не так с этими серьгами, кольцами?
- Описание характеристик товара, цены и обзор.
- Отзывы.
- Подробная инструкция оплаты и о доставке товара.
- Ответы на вопросы покупателя. В личных сообщениях, комментариях, ответы на распространенные вопросы.
- Краш-тесты с нашими украшениями.
- Скидки на праздники.

Этап 4. Возврат и повторная покупка.

- Акции.
 - Обзор украшений. Дополнение к приобретенным, что носить как комплект, к многослойным цепям, браслетам.
 - Просьба написать отзыв. Поощряем бонусами.
 - Программа лояльности постоянным покупателям.
-

Дополнительные точки касания

➤ E-mail маркетинг

Технические рассылки
Контентные рассылки (продающие)

Сбор базы осуществляется после посещения нашего сайта, рекламные каналы. Выбрали данную точку касания, потому что более доступна в экономическом значении, эффективна – можно обращаться напрямую к покупателю и устанавливает быстрый контакт с ним.

➤ Сообщество в мессенджере Viber

В нашем регионе самый популярный мессенджер. С помощью него собираем остальную целевую аудиторию, которую не собрали в предыдущих точках касания

Мы в своем сообществе будем публиковать не только сообщения о продукте с ссылкой на сайт, но и дублировать посты с аккаунтов.

МЕДИАПЛАН

Таргетированная реклама

Цель: подписки
 Точка касания: аккаунт в ВК
 Сроки: 4 недели

Бюджет: 20 000 руб. + НДС
 Прогноз: покупателей 361 чел.,
 (3 285 кликов)
 Стоимость покупателя – 55,4 руб.+НДС
 Ожидаемая выручка от канала:
 451 250 руб. (при ср.чеке 1250 руб.)

Цель: продажа
 Точка касания: сайт
 Сроки: 4 недели

Бюджет: 20 000 руб. + НДС
 Прогноз: покупателей 50 чел.,
 (1667 кликов)
 Стоимость покупателя – 476 руб. + НДС
 Стоимость клика – 9,6 руб.
 Ожидаемая выручка от канала:
 62 500 руб. (при ср.чеке 1250 руб.)

Сценарии для таргетинга

Кого будем искать?

- Школьники-старшеклассники
- Мамы (покупают для своих детей)
- Женщины.
(Предпочитают реплики брендов)
- Женщины.
Предпочитают не бренды
- Женщины
(По особым случаям)
- Подарок себе
- Подарок своим родным

Как будем искать?

- Гео: школы
- Гео: г. Кызыл
- Паблики: школы
- Паблики:Новости
- Интересы
- Пол: женский
- Ключевые слова по ассорт.
- Ключевые слова информац.
- Возраст: 14-18л,
35 -60л.
- Пол: все (для подарка родным)

Что будем предлагать?

- Безопасный состав изделий
- Качество по доступной цене
- Ассортимент изделий (с ссылкой перехода на сайт в каталог)
- Дополнительные условия доставки
- Подписку на рассылку: ценность контента
- ссылку на посещение сайта: ценность сайта
- Аккаунт: ценность контента
- Аккаунт: рубрики, тематические подборки

Тест выгод в объявлениях

Выгода продукта

Реклама у блогера

Цель: подписчики

Точка касания: аккаунт в Инстаграмме*

Сроки: по договору

Бюджет: 10 000руб.+ бижутерии на сумму 5 000 руб.

Прогноз: количество подписчиков 1 861 чел.

Стоимость подписчика – 8 руб.

Участие в межрегиональной выставке-ярмарке «ТываЭкспо»

Цель: продажа, собрать анкеты

Точка касания: витрина на месте проведения ярмарки

Сроки: 3 дня

Бюджет: 12 000 руб.

Прогноз: продаж - 38, стоимость покупателя - 316 руб.

Выручка: 47 500 (при ср. чеке 1250 руб.)

Реклама в паблике

Цель: подписчики

Точка касания: сообщество в Viber

Сроки: 2 дня

Бюджет: 5 000руб.

Прогноз: количество подписчиков 327 чел.

Стоимость подписчика – 15,3 руб.

Медийная реклама – баннер в РСЯ

Цель: продажа

Точка касания: сайт

Сроки: 4 недели

Бюджет: 30 000 руб.

Прогноз: продаж – 13, стоимость покупателя – 230 руб.

Выручка: 162 500 руб. (ср. чек 1250р)

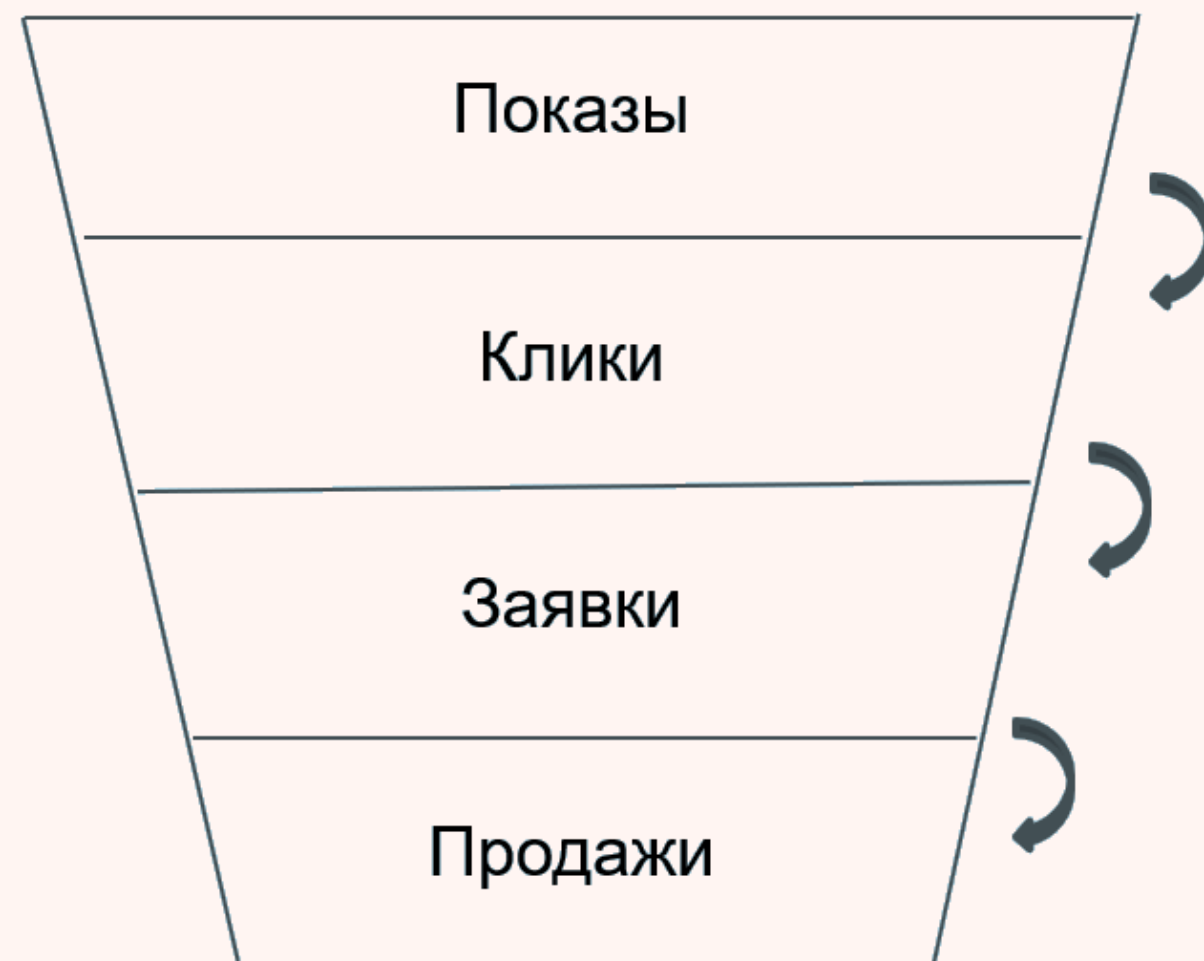
Дополнительные рекламные каналы

- Email-маркетинг
 - Экспертные рекламы у блогера
 - Партнерские программы - реклама у бренда одежды
 - собственное мероприятие - Девичник в стиле «мадам Коко Шанель»
-

Анализ и оценка эффективности

Эффективность рекламных каналов

1. Воронка + конверсия



2. Расчет максимальной стоимости клика

3. Стоимость клика / заявки / покупателя

Анализ эффективности сайта будет проводиться по следующим метрикам:

- ✓ воронка, конверсия,
- ✓ стоимость целевых действий,
- ✓ по аналитике Яндекс.Метрики: посещаемость, глубина просмотра, отказы, источники трафика, конверсии.

Анализ качества аккаунта будет проводиться по показателям:

- ✓ воронка, конверсия,
 - ✓ стоимость целевых действий,
 - ✓ прирост подписчиков, охват,
 - ✓ коэффициент вовлеченности (ER);
-

Заключение

Стратегия



Точки касания



Трафик

Проведен предварительный анализ, анализ компании, целевой аудитории, конкурентов.

Сформулировано позиционирование и подготовлена система ключевых сообщений

Продумана система точек касания; проработаны прототип сайта с предложенными улучшениями и стратегия аккаунта;

Составлен медиаплан, были выбраны каналы продвижения на ближайшие три месяца, составлены планы рекламных кампаний и описаны ожидания результатов от каналов.

Цель: разработка маркетинговой стратегии продвижения интернет-магазина ювелирной бижутерии – была достигнута.

«Женщине, желающей выглядеть модно и элегантно, просто необходима хорошая бижутерия»

ПЬЕР КАРДЕН
