# **Performance marketing**

# **Задание 1. Маркетинговая перформанс кампания в digital для продукта НОТА DION**

**Задачи:**

**1) Показать свой подход к медийной стратегии для нашего продукта** <https://diongo.ru/>:

- подготовительный этап — что для этого требуется;

- показать каналы/источники трафика, распределение бюджета по ним;

- дать обоснование выбора всех предлагаемых каналов;

- предоставить аналитику конкурентов (competitive analysis) по их креативам и посадочным страницам;

- выделить и показать целевые аудитории по интересам и каналам, предложить гипотезы и/или аналитику по развитию сферы корпоративных средств коммуникаций в привязке к текущей экономической ситуации;

- дать прогноз по воронке и стоимости лида (через форму «заполните заявку» <https://diongo.ru/#message> и заполнение формы с данными): показы — переходы — регистрации — валидные регистрации (MQL — компании, заинтересованные в покупке продукта для бизнеса, назначено демо) — SQL (проведено демо, предоставлен триал, вероятность сделки от 20%);

- любые дополнительные идеи, которые сработают на лидген.

**2) Просчет сметы для тестового флайта:**

- сетап кампании;

- дизайн рекламных материалов (все баннеры, ТГБ, иллюстрации к постам в соцсетях и т. п.);

- тексты рекламных объявлений (например, для постов в соцсетях или телеграм-каналах);

- медиаплан на 12 месяцев, включая управление кампанией;

- воронка с ценами: показы — переходы — регистрации — валидные регистрации (MQL) — SQL.

|  |  |
| --- | --- |
| **Вопросы** | **Ответы** |
| Описание продукта:   * для чего нужен * на что похож * УТП * особенности | DION – платформа корпоративных коммуникаций с фокусом на безопасность. DION - полностью российское решение с отсутствием Open-source. DION входит в реестр российского ПО и находится в процессе получения технической сертификации (ФСТЭК). Платформа обеспечивает безопасность персональных данных пользователей и соответствует всем требованиям законодательства РФ.  DION:   * помогает выстроить максимально комфортное виртуальное пространство для совместной работы сотрудников крупных и средних компаний * гарантирует качество и надежность связи, защиту данных * предоставляет инструменты интеграции с бизнес-процессами и др. продуктами   Платформа объединяет:  - сервис видеоконференцсвязи  - сервис звонков «один-на-один»  - видеохостинг (DION.Видео)  - переговорные комнаты  - чаты  - трансляции  - возможность хранения и обмена файлами, online- доски и функционал speech to text (в разработке)  На данный момент есть три варианта реализации:   1. Облако – события происходят полностью в облаке 2. Гибрид - есть возможность выбора места проведения события: в облаке или в защищенном контуре 3. On-prem - все события и данные хранятся  на серверах компании-клиента   Ключевыми преимуществами DION являются:   * отличная работа на слабых каналах связи * высокое качество изображения и звука * 1500+ одновременных равноправных пользователей * скоростные мобильные приложения * современная ресурсоэкономная MCU+SFU архитектура * легкая интеграция с бизнес-процессами и другими продуктами. |
| Боли клиента, которые решаются. Можно описать кейсы, которые решает продукт для клиентов. | Импортозамещение зарубежных решений для корпоративных коммуникаций. Платформа унифицированных коммуникаций, которая закрывает потребности бизнеса |
| Ссылки:   * сайт продукта * статьи о продукте в СМИ и пр. * демо доступ | <https://diongo.ru/>  <https://vc.ru/tribuna/504414-korporativnaya-videokonferencsvyaz-bez-zoom-i-microsoft-teams-pogovorim-ob-alternative>  <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/62acbca59a7947dc548acad3>  <https://habr.com/ru/news/t/672096/>  <https://www.cnews.ru/news/line/2022-06-16_gruppa_innoteh_predstavila>  <https://rb.ru/news/t1-dion/>  <https://telecom.cnews.ru/news/top/2023-02-16_rossiyane_sozdali_sistemu>  <https://xn--80aa3ak5a.xn--p1ai/news/vpervye-protestirovana-otechestvennaya-postkvantovaya-zashchita-dlya-videokonferentsiy/>  <https://dzen.ru/a/Y-3i8YkjDyK0Izh3>  <https://hightech.fm/2023/02/16/q-call> |
| Материалы о продукте:   * презентации * лифлеты * видео ролики   и т.д. |  |
| Средний чек и ценовой диапазон / ценовая политика продукта: сколько стоит, на какой период и пр. | SMB тариф – от 2400 руб/год  Enterprise тариф – от 3600 руб/год  Тарифы на сайте не указаны, приводятся в брифе для информации, тарифы сообщаются по запросу |
| Укажите конкурентов:   * список всех конкурентов, в т. ч. ушедшие из РФ * их продукты * ссылки на страницы с продуктами | TrueConf, Контур.Толк, IVA, eXpress, VK Teams, Vinteo, Sberjazz, Телемост |
| Знаете ли вы маркетинговую активность конкурентов:   * любые кампании, которые проводили/проводят конкуренты (интеграции, медийная реклама, соцсети, статьи, корпоративные блоги и пр.) | Собственные социальные сети есть у eXpress, Vinteo, IVA, True Conf — они являются самостоятельными сервисами, еще 4 сервиса упоминаются в медиа основной Компании (VK Teams, Контур.Толк, Телемост, SberJazz). ТОП 3 социальных медиа, которыми пользуются конкуренты:   * Telegram * VK * Дзен   Наиболее повторяющиеся темы у конкурентов:  Обзор функционала/ обновлений;  Обзор кейсов внедрения сервисов;  Анонсы/обзоры мероприятий и конференций;  Обзор новостей рынка ВКС;  Статьи представителей компаний (CEO,CTO и др.)  Проведен следующий конкурентный анализ:  <https://docs.google.com/document/d/1EDlQhx3f0yBNQ4y5ztKUEfyJjemWA0YrGhG67zBOrF8/edit#heading=h.ei6vgbczfux1> |
| ЦА   * если сегментов несколько, то описать каждую ЦА отдельно. * должности (развёрнуто) * образование * рабочий бэкграунд * стек, с которым работают * интересы и пр. * какие сайты посещает ЦА? * какие каналы в соцсетях читают? | Крупные заказчики – 1000+ сотрудников,  Средний и малый бизнес  **Отрасли:**  финансы, ритейл, нефтегаз, промышленность, открытый госсектор, энергетика, ритейл, транспорт, телеком |
| ЦА ЛПР   * кто принимает решение о покупке? * кто принимает решение о внедрении? | Директора, Руководители, Тех директора  Технические специалисты  Руководители по ИБ  HR, маркетинг |
| Как происходит продажа? Какой лид-магнит?   * скачивание кейса * запрос демо * кнопка связаться * кнопка узнать цену * запрос материалов * другое | Форма обратной связи на сайте  Можем давать промокод на 3 месяца бесплатного использования |
| Какой путь от знакомства ЦА до продажи? | ЦА оставляет заявку, с ним связывается первая линия поддержки. Первая линия поддержки распределяет по продавцам в зависимости от сегмента. Далее продавец связывается и назначает демо, после демо клиенту предоставляется триал, после всех успешных этапов (порядка 6 месяцев) запускается контрактование |
| Какие маркетинговые активности уже проводились? Подробно по каждому флайту.   * что делали * сколько стоило целевое действие * количество целевых действий и т. п. * какие результаты | ВК, контекстная реклама, телеграм-каналы.  Запущены соцсети – Дзен, TG, TenChart и VK, а также блог на VC. |
| Идеи: есть ли какие-то идеи, пожелания, что можно сделать | Любые идеи в диджитале, которые дадут лидген: соцсети, телеграм-каналы, рекламные сети, спецпроекты. |
| Цели и задачи кампании:   * охват * лиды (виды лидов) и пр. | Лиды – валидные регистрации на сайте.  Конверсия лидов в демо / триалы / продажи |
| Как будет оцениваться проведённая кампания:   * при каких показателях кампания будет успешной * при каких — неудовлетварительной | Предложите на основе вашего опыта, какие должны быть показатели по стоимости клика, конверсиям в заявки, в MQL и SQL (воронка) |
| Желаемые сроки кампании:   * начало кампании * завершение кампании * длительность кампании (в днях/неделях/месяцах) | Январь – декабрь 2024 |
| Бюджет: сколько можем потратить   * за флайт * за кампанию * за период (например, год) | Работы и размещения — 10 млн рублей до НДС |

# **Задание 2. Маркетинговая перформанс кампания в digital для продукта Сфера.Знания**

**Задачи:**

**1) Показать свой подход к медийной стратегии для нашего продукта** <https://www.sferaplatform.ru/upravleniya_znaniyami>:

- подготовительный этап — что для этого требуется;

- показать каналы/источники трафика, распределение бюджета по ним;

- дать обоснование выбора всех предлагаемых каналов;

- предоставить аналитику конкурентов (competitive analysis) по их креативам и посадочным страницам;

- выделить и показать целевые аудитории по интересам и каналам, предложить гипотезы и/или аналитику по развитию инструментов управления знаниями в привязке к текущей экономической ситуации;

- дать прогноз по воронке и стоимости лида (к примеру, через форму «запросить демо» и заполнение формы с данными): показы – переходы — регистрации — валидные регистрации (MQL — строго компании, которые заинтересованы в продукте, размером от 500 сотрудников) — SQL (проведено демо, вероятность сделки от 10%);

- любые дополнительные идеи, которые сработают на лидген.

**2) Просчет сметы для тестового флайта:**

- сетап кампании;

- дизайн рекламных материалов (все баннеры, ТГБ, иллюстрации к постам в соцсетях и т. п.);

- тексты рекламных объявлений (например, для постов в соцсетях или телеграм-каналах);

- медиаплан на 12 месяцев, включая управление кампанией;

- воронка с ценами: показы — переходы — регистрации — валидные регистрации (MQL) — SQL.

|  |  |
| --- | --- |
| **Вопросы** | **Ответы** |
| Описание продукта:   * для чего нужен * на что похож * УТП * особенности | **Сфера.Знания** — российский аналог Confuence /  Больше, чем классическая wiki-система для хранения всей информации участников команд (как разработки так и поддержки), задействованных на всех стадиях жизни продукта от начала до разработки до поддержки и вывода из эксплуатации  **Преимущество:**   * Отечественное решения * Наличие поддержки (от нас как вендора) * Безопасность (соблюдены стандарты корп.безопастности крупных компаний) * Все необходимые функции сразу на борту, не нужно отдельно оплачивать плагины * Самые популярные и привычные технологии * Используем алгоритмы ИИ (искуственный интеллект) * On-premise и SaaS * Масштабируемость решения * Быстрый и легкий процесс миграции * Перевод 500+ пользователей за 2 дня * Успешное внедрение на 20 000+ пользователей за квартал * Удобный интерфейс * Стабильное увеличение функциональности. (Прозрачные роадмепы) * Решение спроектировано для работы на уровне Enterprise * Наличие возможности предпросмотра знаний * Возможность автоматической адресации статьи в каталоге * Наличие мобильного приложения * Поддержка всех ключевых форматов знаний * Подтвержденный опыт успешного применения в крупных организациях   **Упорядочивание**  • Управление пространствами и каталогом страниц  • Поиск, теги, короткие ссылки    **Управление содержанием**  • Визуальный редактор страниц (онлайн)  • Интеграция графических форматов, ссылки на внешний контент  • Черновики, версионирование, корзина и восстановление  • Управление шаблонами страниц    **Коллаборация**  • Совместное редактирование, возможность поделиться  • Комментарии, подписка на изменения, групп/коллег  •Предпросмотр    **Интеграция**  • Интеграция с Задачами  • Экспорт PDF / Word / Excel / Open Office, API (CRUD)  • Импорт из  Confluence  **Экосистемность** – возможность интеграции с любыми инструментами Платформы Сфера или внешними инструментами  Безопасность – высокий уровень защиты, отечественное решение    **Крос-продажи:**  Сфера.Задачи  ITSM |
| Боли клиента, которые решаются. Можно описать кейсы, которые решает продукт для клиентов. | * уход привычных инструментов и приложений с рынка * работа в недостаточно зрелых инструментах с урезанным функционалом * отсутствие качественной поддержки решения * нет единого источника знаний: разные роли компании пользуются разными продуктами для хранения и работы со знаниями * несоответствие подходам и стандартам, принятым в корпоративной среде * сложности с трансфером знаний между различными инструментами * отсутствие единой экосистемы в используемых продуктах |
| Ссылки:   * сайт продукта * статьи о продукте в СМИ и пр. * демо доступ | Ссылка: <https://www.sferaplatform.ru/upravleniya_znaniyami>  Демо-видео: https://www.youtube.com/watch?v=tqlwMLYiWmQ&t=2s |
| Материалы о продукте:   * презентации * лифлеты * видео ролики   и т.д. | Вебинар: <https://www.youtube.com/watch?v=msOB3lLAS4E&list=PLcnbdGDvJtPdjCESCfbJZgS23ECle2s2r&index=4> |
| Средний чек и ценовой диапазон / ценовая политика продукта: сколько стоит, на какой период и пр. | Индивидуально в зависимости от размера компании |
| Укажите конкурентов:   * список всех конкурентов, в т. ч. ушедшие из РФ * их продукты * ссылки на страницы с продуктами | * Confluence * Kaiten (отечественные конкуренты по замене confluence) * Evawiki (отечественные конкуренты по замене confluence) * Notion * Wiki * REDMINE * Mediawiki * Teamly (отечественные конкуренты по замене confluence) * И другие |
| Знаете ли вы маркетинговую активность конкурентов:   * любые кампании, которые проводили/проводят конкуренты (интеграции, медийная реклама, соцсети, статьи, корпоративные блоги и пр.) | Конкуренты делают контекстную рекламу, посевы в телеграм-каналах, блоги (vc, habr) |
| ЦА   * если сегментов несколько, то описать каждую ЦА отдельно. * должности (развёрнуто) * образование * рабочий бэкграунд * стек, с которым работают * интересы и пр. * какие сайты посещает ЦА? * какие каналы в соцсетях читают? | Компаниям разного размера и зрелости процессов   * Корпорациям (enterprise) * Крупному бизнесу (от 1000 до 5000 сотрудников) * Средний бизнес (от 500-1000 сотрудников)   Мы ориентируемся на enterprise-сегмент, которые нацелены на импортозамещение  **Отрасли:**   * Банки и финансы * Телеком * Ретейл * Страхование * Высокотехнологичные производства * ИТ-компании (не конкуренты: Сбер, Яндекс, ВК. рейтинг Tedvizer ТОП-100) * ИТ-подразделения РФ компаний (любые отрасли)   **ИТ-ЦА:**   * Project manager * Специалисты по ИБ * Аналитики * Менеджмент ИТ * Руководитель отдела ИТ * Руководители группы разработки и project manager группы технической разработки |
| ЦА ЛПР   * кто принимает решение о покупке? * кто принимает решение о внедрении? | * Руководитель проектов * Директор по ИТ * Директор по автоматизации/цифровизации процессов * Владельцы продуктов и лидерам команд * CEO / CTO * Руководители по импортозамещению * Главный технолог * Коммерческий директор * Архитектор ИТ |
| Как происходит продажа? Какой лид-магнит?   * скачивание кейса * запрос демо * кнопка связаться * кнопка узнать цену * запрос материалов * другое | * Запросить демо * Скачать чек-лист * Посмотреть вебинар * Связаться специалисту |
| Какой путь от знакомства ЦА до продажи? | Заявка на сайте – квалификация компании – запрос на демо – демо – пилот — продажа |
| Какие маркетинговые активности уже проводились? Подробно по каждому флайту.   * что делали * сколько стоило целевое действие * количество целевых действий и т. п. * какие результаты | ВК, контекстная реклама, телеграм-каналы.  Есть соцсети. |
| Идеи: есть ли какие-то идеи, пожелания, что можно сделать | Любые идеи в диджитале, которые дадут лидген: соцсети, телеграм-каналы, рекламные сети, спецпроекты. |
| Цели и задачи кампании:   * охват * лиды (виды лидов) и пр. | Лиды – валидные регистрации на сайте.  Конверсия лидов в демо / триалы / продажи |
| Как будет оцениваться проведённая кампания:   * при каких показателях кампания будет успешной * при каких — неудовлетварительной | Предложите на основе вашего опыта, какие должны быть показатели по стоимости клика, конверсиям в заявки, в MQL и SQL (воронка). |
| Желаемые сроки кампании:   * начало кампании * завершение кампании * длительность кампании (в днях/неделях/месяцах) | Январь – декабрь 2024 |
| Бюджет: сколько можем потратить   * за флайт * за кампанию * за период (например, год) | Работы и размещения — 3 млн рублей до НДС |