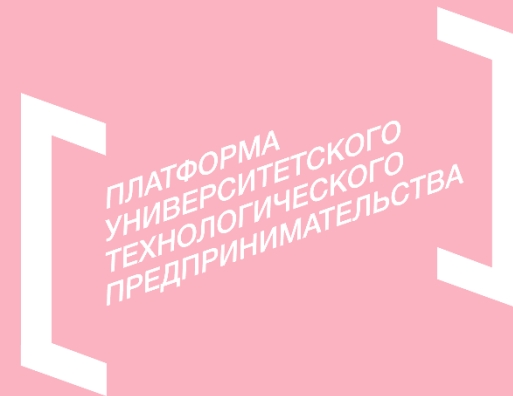


PR В СТАРТАПЕ. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ КОНТЕНТ ДЛЯ СВОЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА СТАРТАПА. ОТ СТРАТЕГИИ К ТАКТИКЕ

Есакова Екатерина

Старший преподаватель УВШЭУ ФГБОУ
ВО «УГНТУ»

Руководитель Центра развития проектной
деятельности и игропрактики УГНТУ



Что такое бренд?

БРЕНД – это совокупность **уникальных характеристик, впечатлений и ассоциаций**, которые формируются у потребителей в отношении компании и её продукции.

**ЭТО НЕ ТОЛЬКО ЛОГОТИП И ЦВЕТОВАЯ ГАММА,
НО И ТО, КАК КОМПАНИЯ ВОСПРИНИМАЕТСЯ
НА РЫНКЕ.**



СТАРТАП + БРЕНД

=

ДОВЕРИЕ ИНВЕСТИТОРОВ
+ ЛОЯЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ



Отличия между брендом стартапа и крупной компании

Критерий	Бренд СТАРТАПА	Бренд КОМПАНИИ
Гибкость	Большая гибкость в адаптации и изменении бренда	Фиксированы в своих брендовых стратегиях (устоявшийся имидж)
Бюджет	Ограничены ресурсы	Высокий бюджет на рекламу и PR
Стратегия	Важна концентрация на уникальности и взаимодействии с клиентами	Полагаются на свою репутацию и масштабные маркетинговые кампании
Примеры		

ЯДРО, НА КОТОРОМ СТРОИТСЯ ВСЯ МАРКЕТИНГОВАЯ И КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ СТАРТАПА. ОНО ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ МИССИЮ, ВИДЕНИЕ, ЦЕННОСТИ И УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (УТП).

- **Анализ рынка и конкурентов:** Оценка рыночной ситуации и позиции конкурентов для выявления возможностей выделиться.
- **Определение ключевых качеств бренда:** Определение того, что делает бренд уникальным и благодаря чему он будет узнаваемым. (УТП)
- **Создание истории бренда:** Формирование увлекательного повествования, которое отражает ценности и миссию компании.

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕТ ВАШ СТАРТАП?

ЧЕМ ВЫ ОТЛИЧАЕТЕСЬ ОТ КОНКУРЕНТОВ?

КАКИЕ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА АССОЦИИРУЮТСЯ С ВАШЕЙ КОМПАНИЕЙ?

- Анализ рынка и конкурентов:
- Определение ключевых качеств бренда:
- Создание истории бренда:

ДНК БРЕНДА

1

ОПРЕДЕЛИТЕ ЦЕЛЕВЫЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА

Инструменты:



- Демографические характеристики: возраст, пол, уровень образования, доход.
- Географические характеристики: регионы, города, плотность населения.
- Психографические характеристики: интересы, уровни доходов, ценности, стиль жизни.
- Поведенческие характеристики: привычки, предпочтения в использовании технологий, реакции на рекламу.

2

ПРОВЕДИТЕ ОПРОС (кол. результаты)

Инструменты:



SurveyMonkey

Яндекс Формы

- Определите четкую цель опроса.
- Разработайте вопросы, чтобы получить количественные данные (например, выбор из нескольких вариантов, шкалы оценки).

Примеры вопросов для опроса:

Как часто вы используете [тип технологии]?

Какие функции вы хотели бы видеть в [продукте]?

Что для вас важнее: цена или качество?

ДНК БРЕНДА

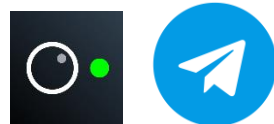
КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ДНК БРЕНДА:

- Анализ рынка и конкурентов:
- Определение ключевых качеств бренда:
- Создание истории бренда:

3

ПРОВЕДИТЕ ОПРОС
(кач. результаты)

Инструменты:



Интервью и фокус-группы помогут получить более глубокое понимание мнений и предпочтений вашей ЦА.

Примеры вопросов для фокус-группы:

Что вы думаете о нашем продукте?

Какие проблемы вы хотели бы решить с помощью [технологии]?

Какие ваши ожидания от компаний, предлагающих подобные решения?

4

АНАЛИЗ
КОНКУРЕНЦИИ

Инструменты:



Изучите уже существующие на рынке аналогичные продукты и услуги. Определите, что они предлагают, и каковы их сильные и слабые стороны – их УТП

Проанализируйте результаты и выработайте ключевые выводы о предпочтениях и потребностях вашей ЦА.

ДНК БРЕНДА

ПРИМЕРЫ:



"Удобство,
безопасность и
скорость"



«Персонализация.
Модель работы без
офиса"

5

ФОРМУЛИРОВАНИЕ
И ТЕСТИРОВАНИЕ
УТП

- Сформулируйте несколько вариантов УТП, опираясь на собранные данные.
- Используйте метод «проверки в бою» – представьте ваше УТП реальным клиентам и наблюдайте за их реакцией.
- Проведите А/В тестирование для определения, какое УТП лучше воспринимается и приводит к продаже.
- Регулярно проверяйте и обновляйте ваше УТП в зависимости от изменений на рынке или требований клиентов.

Используйте социальные сети и отзывы клиентов для выявления новых потребностей, на которые стоит реагировать.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ДНК БРЕНДА:

- Анализ рынка и конкурентов:
- Определение ключевых качеств бренда:
- Создание истории бренда:

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ПРАВИЛА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО УТП

1. Ясность и Простота

Пример: Интернет-агентство «Promo» предлагает уникальную услугу по автоматизации процессов цифрового маркетинга, подчеркивая, как это позволяет компаниям сократить затраты и повысить эффективность.

1. УТП должно быть понятно и доступно для вашей целевой аудитории.
2. Избегайте сложных терминов и формулировок.

1. Конкретизация Выгоды

2. Уникальность

3. Актуальность

4. Эмоциональное Вовлечение

5. Тестирование

ДНК БРЕНДА



СТОРИТЕЙЛИНГ

КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ ДНК БРЕНДА:

- Анализ рынка и конкурентов:
- Определение ключевых качеств бренда:
- Создание истории бренда:

СОЗДАЙТЕ ИСТОРИЮ БРЕНДА С УЧЕТОМ МИССИИ И ЦЕННОСТЕЙ СТАРТАПА.

РОЛЬ СТОРИТЕЛЛИНГА В БРЕНДИНГЕ

- Эмоциональная связь
- Отличие от конкурентов
- Узнаваемость бренда
- Построение доверия

Миссия — это основополагающее утверждение, которое отражает цель существования вашей компании. Она отвечает на вопрос: «Почему мы здесь?»

Для стартапа миссия должна быть краткой и понятной, устремленной в будущее, отражающей не только продукт, но и философию компании.



«СДЕЛАТЬ ГОРОДСКИЕ ПОЕЗДКИ
ДОСТУПНЫМИ ДЛЯ ВСЕХ»

Разработка логотипа

ЦВЕТОВАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Доверие, безопасность, надежность
В сочетании с серым создает ощущение инновационности и элегантности

Внимание, творческий потенциал, интеллектуальная вовлеченность
Переизбыток вызывает тревогу и утомление

Рост, природа, умиротворение, здоровье, устойчивость
Идеален для стартапов в области экологии или здоровья

Срочность, активация эмоций, доминирование, роскошь, власть
Фокусирует и удерживает внимание

Стимулирование социальных взаимодействий, сплоченность, креативность, молодая аудитория
Вдохновляет на движение и активность

Храбрость, достоинство, сосредоточенность, рефлексия, самоанализ
Ассоциации с волшебством, чудом и неизведанным

Безопасность, стерильность, минимализм,
лаконичность, люкс-сегмент

Сила, премиальность, шик, власть, закрытость,
привилегированность

Разработка логотипа

ФОРМА И СИМВОЛИКА



ПРОСТОТА И МИНИМАЛИЗМ

Простые логотипы легче
запоминаются



минималистичный дизайн –
легко воспринимается и
идентифицируется.

Логотип должен хорошо смотреться в различных масштабах: от визиток до билбордов
Сложные элементы могут терять свою узнаваемость в меньших размерах

Разработка логотипа

ТИПОГРАФИЯ. ШРИФТЫ

Серьезный, с засечками - **ПРОФЕССИОНАЛИЗМ И АВТОРИТЕТ**
Современный, без засечек - **ИННОВАЦИИ, ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ**

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СВЯЗЬ

Логотип должен быть частью более широкой истории вашего бренда
(отражение миссии и ценности)

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ЦА

ВЛИЯНИЕ КОМПОЗИЦИИ

1. **Баланс** – визуально сбалансированные логотипы воспринимаются как более надежные



2. **Пропорции** – правильное соотношение элементов может подчеркнуть важные аспекты бренда.



Разработка логотипа

СИМВОЛЫ, СОЗДАЮЩИЕ АССОЦИАЦИИ

Иконки

Символы и иконки – усиливают ассоциации с брендом



стилизованная буква – помогает пользователям быстро запомнить и идентифицировать компанию

Для стартапов, работающих с технологическими решениями использование иконографии, связанной с технологией (например, шестерни, электронные схемы) – поможет передать суть бизнеса

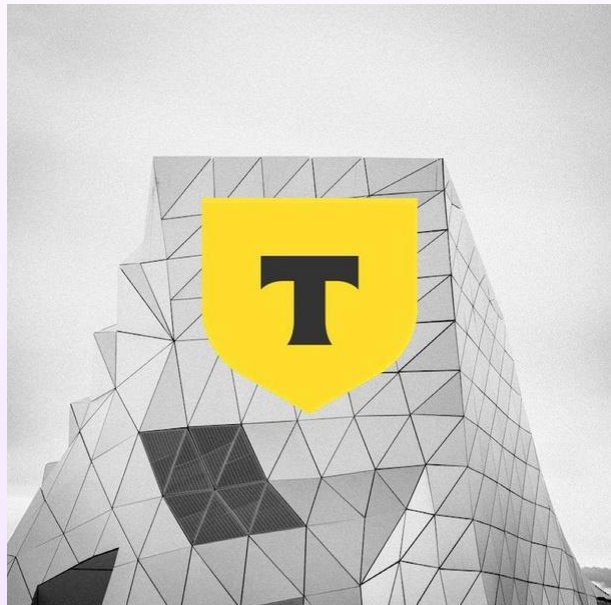


элементы, которые подчеркивают инновационную направленность организации

Разработка логотипа

АДАПТИВНОСТЬ ЛОГОТИПА

ЛОГОТИП ДОЛЖЕН **ХОРОШО** ВЫГЛЯДЕТЬ
НА РАЗЛИЧНЫХ ПЛАТФОРМАХ, УСТРОЙСТВАХ, БАНЕРАХ И Т.Д.



PR стратегия



Прежде чем приступить к продвижению – сформулируйте цель PR стратегии!

КРАТКОСРОЧНЫЕ ТАКТИКИ

направлены на
получение немедленных
результатов

Инициативы по запуску продуктов

Организация мероприятий и пресс-конференций, приуроченных к запуску новых продуктов или услуг.

Краткосрочные кампании с лидерами мнений

Сотрудничество с блогерами или влиятельными личностями для быстрого увеличения охвата аудитории.

Анализ и адаптация

Быстрая реакция на рыночные изменения и оперативная адаптация коммуникационных стратегий.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ ТАКТИКИ

направлены на устойчивое
развитие бренда

Реализация программы устойчивых медиа-кампаний

Постепенное построение положительного имиджа через регулярное взаимодействие с общественностью.

Создание партнерских отношений с медиа и индустриальными лидерами

Укрепление долгосрочных связей, которые помогут в стратегическом продвижении бренда.

Мониторинг и улучшение репутации

Периодическое исследование и анализ репутации бренда для стратегического улучшения и адаптации PR-планов.

PR стратегия (методика)

1

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

2

СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (УТП)

3

СОЗДАНИЕ ЗАХВАТЫВАЮЩЕГО КОНТЕНТА

Образовательный контент: статьи, вебинары, видео, которые обучают и информируют.

Интерактивный контент: викторины, опросы, инфографика для повышения вовлеченности, видео.

Психологические маневры:

- полезный контент
- кейс-стадии

PR стратегия (методика)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ

- Размещайте обратную связь от довольных клиентов. Это создает доверие.
- Используйте ограниченные по времени предложения или специальные акции.
- Создавайте эмоционально заряженные истории о том, как ваш продукт изменил жизни людей.



SEO И ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА

- Оптимизируйте контент под поисковые запросы. Используйте ключевые слова, релевантные для вашей аудитории.

КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

- Социальные сети (VK, Telegram и др.) – используйте таргетированную рекламу для привлечения ключевой аудитории.
- Email-рассылки – сегментируйте список подписчиков и отправляйте персонализированные предложения.



УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ

- Разрабатывайте регулярные обновления и рассылки для старых клиентов с предложениями и новостями.
- Вводите программы «недельные скидки», «Важная информации» и т. д., чтобы удерживать клиентов.



PR стратегия (методика)

Инструменты для создания контента:

Flyvi. Удобный для создания визуального контента, включая баннеры, инфографику и презентации (аналог Canva)

Adobe Creative Cloud.

Профессиональные инструменты для графического дизайна и редактирования видео.

Hootsuite, Buffer. Платформы управления социальными сетями для планирования и публикации контента.

Инструменты анализа:

Yandex.metrika. Отслеживание трафика и поведения пользователей на веб-сайте.

Hotjar. Визуализация поведения пользователей на сайте для оптимизации пользовательского опыта.

PR стратегия (методика)

Приемы копирайтинга

Заголовок должен сразу захватить внимание. Используйте ясные и мощные фразы, заголовки с вопросами или цифрами.



Стартап на основе здравоохранения, например, **Доктор на связи**: «60% россиян не знают, как избежать заболеваний. Узнайте, как это сделать прямо сейчас!»

Общайтесь с читателем на «ты», задавайте вопросы, вызывающие эмоциональный отклик.



В постах стартапа **Gett** (служба такси) используется обращение: «Ты устал ждать такси? Узнай, как за 3 секунды вызвать авто!»

Начинайте с описания проблемы, которую испытывает ваша целевая аудитория, и приводите ваше решение.



Рекламное сообщение от **Яндекса** о услуги **Яндекс.Такси** начиналось так: "Проблемы с пробками в Москве? Мы знаем, как это исправить!"

PR стратегия (методика)

Приемы копирайтинга

Используйте истории или данные, чтобы вызвать эмоции: страх, радость, надежду.



Стартап **Ostrovok.ru** создавал посты с историями путешественников, победивших в соревновании на лучшее описание их поездок, вызывая у подписчиков желание воспользоваться сервисом.

Упоминайте отзывы, статистику и успешные кейсы



Avito использует отзывы пользователей о том, как они успешно продали или купили товар, добавляя факты о том, сколько пользователей уже воспользовались сервисом.

PR стратегия (методика)

Кейсы успешного контент-маркетинга



- **ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ** – Использование таргетированной рекламы, SEO и контекстной рекламы для привлечения клиентов
- **КРЕАТИВНЫЕ КАМПАНИИ** – Чередование рекламных акций, таких как «Кэшбэк» на покупки
- **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ** – Активное взаимодействие с пользователями через социальные медиа, создание сообщества вокруг бренда



- **ТЕХНОЛОГИИ BIG DATA** – Анализ данных для прогнозирования спроса и улучшения маршрутов.
- **ПРОМО-АКЦИИ** – Скидки и акции на поездки через приложение в праздничные дни.
- **ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ** – Сотрудничество с другими сервисами, в том числе с ресторанами и магазинами.



- **EMAIL-МАРКЕТИНГ** – Регулярные рассылки с акциями и новыми предложениями.
- **ЛОЯЛЬНОСТЬ** – Программы лояльности для постоянных клиентов.
- **РЕКЛАМА ЧЕРЕЗ «Амбасадоров»** – Сотрудничество с блогерами для продвижения бренда.

PR стратегия (методика)

4 ПОДБОР КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

Социальные сети – для взаимодействия с аудиторией и продвижения контента

Блоги и медиа – для публикации статей о вашем стартапе и его продуктах на популярных платформах.

Психологические принципы:

- продвигайте идею о том, что ваш продукт является частью более широкой тенденции
- учитывайте интересы и предпочтения пользователей при продвижении.

5 ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ И АКТИВНОСТЕЙ

Вебинары и онлайн-курсы – привлекайте аудиторию через образовательные мероприятия.

Конференции и встреча – для сетевых взаимодействий и личных встреч с клиентами.

Психологические приемы:

- создавайте активности, которые побуждают пользователей делиться своими мнениями.
- проводите мероприятия, связывающие участников с вашим брендом и друг с другом.

PR стратегия (методика)

ИЗМЕРЕНИЕ И АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

ключевые метрики:

Вовлеченность аудитории – лайки, репосты, комментарии на социальные сети.

Конверсии – переходы от контента к сайту и регистрации.

Психологические аспекты:

- постоянный анализ помогает быстро адаптировать стратегию, что вызывает доверие к вашему бренду.
- делитесь результатами с аудиторией, демонстрируя прозрачность и эффективность ваших действий.

Успешные технологические стартапы в России



Служба доставки еды, которая предлагает пользователям возможность заказывать еду из множества ресторанов и кафе через мобильное приложение. Один из первых популярных сервисов доставки еды в России.

ФИО основателей: Илья Сачков, Илья Кузнецов.

Год реализации: Основан в 2009 году.

Методики продвижения:

1. Рекламные кампании в социальных сетях.
2. Партнерство с ресторанами и предложениями акций.
3. Использование геолокации для улучшения пользовательского опыта.

Успешные технологические стартапы в России



Платформа, предлагающая сервисы управления топливными картами для компаний с автопарками, что позволяет снизить затраты на топливо за счет аналитики и контроля.

ФИО основателей: Олег Бычков

Год реализации: Основан в 2017 году.

Методики продвижения:

1. Прямые продажи и налаживание отношений с крупными корпоративными клиентами.
2. Участие в выставках и мероприятиях для бизнеса.
3. Активная работа с отзывами и обратной связью от клиентов.

Успешные технологические стартапы в России



Платформа для изучения английского языка онлайн, предоставляющая персонализированные курсы и доступ к отечественным и иностранным преподавателям

ФИО основателей: Александр Ларьяновский, Георгий Соловьев.

Год реализации: Основан в 2012 году.

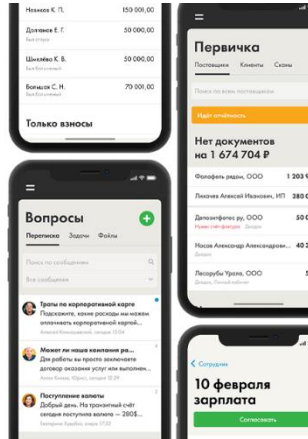
Методики продвижения:

1. Вирусный маркетинг и сарафанное радио.
2. Акции и скидки для новых пользователей.
3. Контентная реклама через образовательные блоги и YouTube..

Успешные технологические стартапы в России



Включает всё
для бизнеса



Сервис автоматизации бухгалтерских операций и налогового учёта, предоставляющий услугу аутсорсинга бухгалтерии для малого бизнеса.

ФИО основателей: Алексей Петров, Константин Калинин

Год реализации: Основан в 2014 году.

Методики продвижения:

1. Таргетинговая реклама в бизнес-сегментах социальных сетей.
2. Обучающие вебинары и мастер-классы.
3. Сотрудничество с предпринимательскими сообществами.

Общие методы продвижения технологических стартапов



Целевая реклама

Использование контекстной и таргетированной рекламы для привлечения определенной аудитории.



Контент-маркетинг

Создание полезного и информационного контента (статьи, блоги, видео), направленного на формирование доверия к бренду.



Социальные сети

Активное использование социальных платформ для взаимодействия с клиентами и продвижения продуктов.



PR-кампании

Публикация статей и ссылок в популярных изданиях для привлечения внимания к стартапу.



Партнерства

Сотрудничество с другими компаниями и брендами для расширения аудитории и увеличения продаж.



СПАСИБО!

Есакова Екатерина

8 987 491 91 39

valiyanova@list.ru

