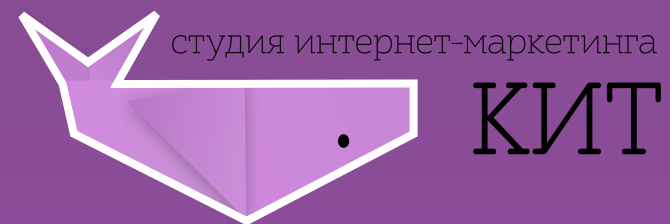


# КЕЙСЫ НА АУТСОРС



повышем продажи с  
помощью кейсов



@koberman



+7 900 352 0003



info@kit39.com



# 1 УСЛУГА

делаю кейс основным рекламным форматом агентства

**1** Выбираем проекты, которые максимально точно демонстрирует ваши успехи и компетенции.

**2** Разрабатываем простую и продающую структуру кейса. нам нужно не утомить читателя, а конвертировать его в потенциального клиента.

**3** Разрабатываем макеты кейсов в Figma. Визуальное повествование - наше все.

**4** Помогаем разместить кейс на ваш сайт. Экономим время верстальщиков и дизайнеров.

**5** Размещаем кейс на площадки, где обитает ваша ЦА.

Кейс - может увеличить конверсию на **любом** этапе воронки

## Обработка трафика (Интерес)

Дистрибуция кейсов на площадки, где обитает ваша **ЦА**. Кейс как дополнительный источник трафика.

## Sale (целевое действие)

Демонстрация кейса на этапе продажи услуги. Успешный кейс увеличит вероятность конвертации посетителя в клиента.

## Удерживание (обоснование цены)

Если кейс получил медаль на **Tagline, Awards** или похожих конкурсах, вы можете смело увеличивать чек.

**0,1-3%**

доля трафика с площадок

**на**

**40-60%**

рост конверсии в продажу после презентации кейса на этапе пресейла

**10-30%**

возможный рост чека на услугу после победы в **digital-конкурсе**

# ПРИМЕРЫ

РЕКЛАМА

РАЗРАБОТКА И SEO

УПАКОВКА И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

ИНТЕГРАЦИЯ СТОРОННИХ СЕРВИСОВ

DIGITAL- СТРАТЕГИЯ

ИНФОПРОДУКТЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЕБИНАРОВ

ДИЗАЙН

# ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

**1 анализ конкурентов** - 1 выбранная услуга агентства

**на 5-7%** может вырасти CTR после анализа конкурентов

**на 20-30%** может вырасти конверсия в продажу после

**12 000** - 1 анализ рынка - 10 конкурентов

**10 000** - плюс 1 услуга к анализу

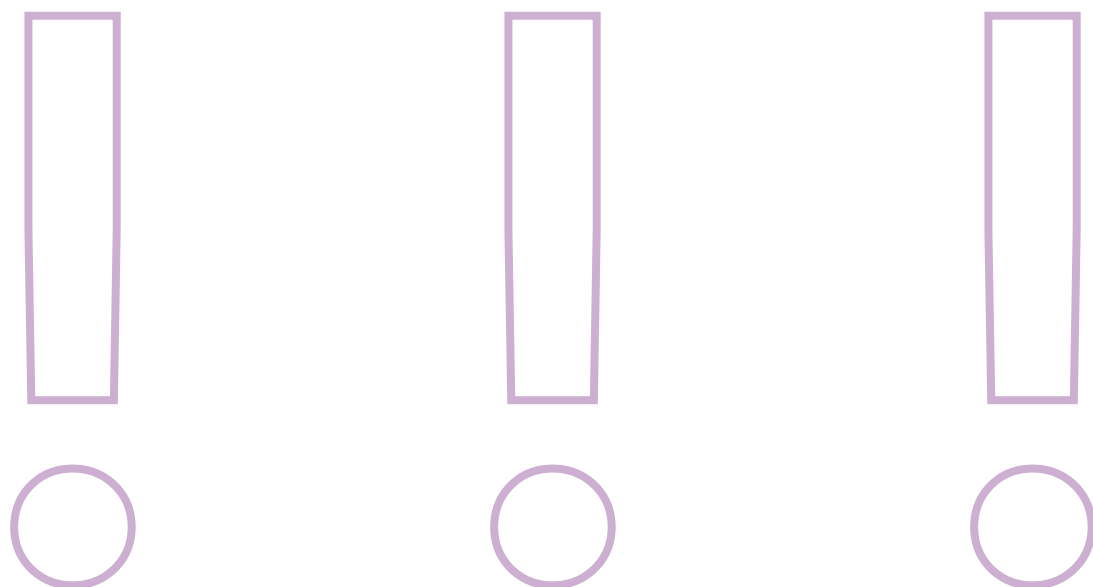
**0** - онлайн конференция ZOOM

Ценник может меняться  
на этапе переговоров

# ЗАЧЕМ НУЖЕН

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Определим Ваши реальные позиции на рынке. Выявим как преимущества, так и стороны, которые нужно доработать для укрепления позиций в нише. Результат-рекомендации по оптимизации отдельных процессов, которые дадут больше конверсий.



## 02 УСЛУГА

Анализ рынка  
digital-услуг



## ВАЖНО

Рекомендации вы формируете самостоятельно на основе анализа рынка. Я не волен давать рекомендации, а только провожу анализ.

КАК Я ВЫПОЛНЯЮ КАК Я ВЫПОЛНЯЮ КАК Я ВЫПОЛНЯЮ КАК Я ВЫПОЛНЯЮ

01

Определяем услугу и регионы для анализа (например "SEO в Пермском крае" или Контекстная реклама в Воронежской и Липецкой области)

02

Определяем объекты анализа-равносильны вам агентства, студии, фрилансеры и пр.

РЫНКА АНАЛИЗ РЫНКА АНАЛИЗ РЫНКА АНАЛИ

# 03

Определяем предметы анализа- сниппеты в поисковой выдаче, страницы сайтов, кейсы, ценники, ценностные предложения, работа отдела продаж (скорость и полнота ответов).

# 04

Формирует не просто общие ценностные предложения, а полный список объектов анализа с указанием сильных и слабых сторон. Определяю лидеров в нише и узнаю ваши позиции в получившемся списке.



05

Формирую отчет с указанием сторон, над которыми следует поработать для закрепления позиций на рынке.

06

Выявляю пространства для маневра с использованием кейсов. Как презентация кейсов клиенту поможет закрепить позиции на рынке и оказаться в лидерах списка, составленного по итогам анализа рынка digital-услуг.

# ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ ЦА

Анализ нужен, чтобы подготовить наиболее релевантные ценностные предложения для каждого сегмента ЦА. У **digital-агентств** часто не хватает на это времени. Тяжело определить, чего хотят клиенты и понимают ли они суть предложения.

Есть много причин, почему не растет конверсия в продажу. Исправить положение можно через анализ каждого **сегмента ЦА**

# КАК Я ДЕЛАЮ АНАЛИЗ ЦА

## И ПРИ ЧЕМ ЗДЕСЬ КЕЙСЫ?

**1** Выбираем одну или несколько услуг для анализа. 1 услуг-1 анализ.

**2** Определяем основные сегменты ЦА (нише бизнеса) на конкретную услугу в одном или нескольких регионах.

**3** Определяю основные УТП (ценностные предложения) на рынке, политику ценообразования и варианты обоснования цены.

**4** Формирую систему обработки возражений на базе собранных УТП и вариантов обоснования ценника (иначе говоря - варианты уникальных УТП)

Например, сегменту Хорека стоит презентовать кейс по работе с рестораном **X** или отелем **N**



**5** Выбираем одну или несколько услуг для анализа. **1 услуг-1 анализ.**

**6** Готовлю несколько вариантов скриптов (1 скрипт - 1 сегмент ЦА) для этапа пресейла по каждой исследуемой услуге.

**7** Соединяю скрипт с презентацией кейсов таким образом, чтобы большинство сегментов ЦА успешно конвертировалось в продажи

**8** Помогаю переделать имеющиеся на сайте кейсы в полноценную презентацию, которая позволит увеличить конверсию на этапе пресейла.

Анализ и сегментация ЦА вкупе с грамотным позиционированием кейсов увеличит конверсию в продажи на **60-70%**



**а)** Выполняю анализ страниц на конверсионность. презентую варианты доработанных страниц с детальным обоснованием каждой рекомендации (**цена выше**).

**б)** Выполняю анализ страниц на конверсионность, по итогам сегментации ЦА и анализа рынка digital-услуг (**цена ниже**).

**в)** Беру на наполнение блога агенства на аутсорс. совместно определяем цели блога, варианты работы, способы дистрибуции и особенности написания материалов.

**г)** Готовлю скрипты и коммерческие предложения.

**Блог** - это дополнительный источник трафика,  
инструмент для роста лояльности ЦА и формирования  
авторитета агенства.

# 27 %

бизнесов выбирает агентство посредством поиска в интернете. Этот сегмент ЦА нужно обрабатывать с помощью понятного и продающего контента.

Цели: рост узнаваемости

оптимизация конверсии

на уровне целевых действий

## Ценообразование

Цена договорная

0 – онлайн – конференция в ZOOM



**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**