



**Глибокі знання
та практичні
навички для
успішного бізнесу**

**PRIVATBANK
Business Platform**



Основи маркетингу для малого бізнесу



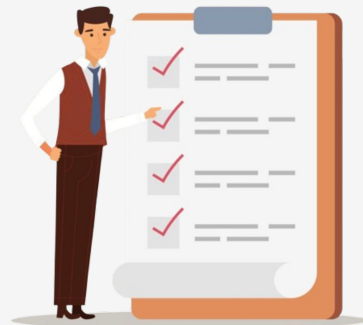
Нікіта Поляк

• Маркетолог • Підприємець • Бізнес-ментор •

- Засновник агенції [Marketorium.ua](https://marketorium.ua)
- Співзасновник школи [I-PM.Education](https://i-pm.education)
- Керуючий партнер [Polyak.Consulting](https://polyak.consulting)
- Власник та CEO бізнес-спільноти [MRIYA Club](https://mriya.club)

Цілі вебінару

- ❑ Розібрати, що таке маркетинг і як він працює в бізнесі
- ❑ Зрозуміти, з чого почати системний маркетинг у малому бізнесі
- ❑ Побачити зв'язок між продуктом, аудиторією та комунікацією
- ❑ Отримати чіткий алгоритм дій після вебінару



Що таке маркетинг

Реклама ≠ Маркетинг

Маркетинг - це система рішень, яка допомагає бізнесу розуміти, що, кому і як продавати.

Це не про "просування", а про логіку дій від ідеї до прибутку.



Маркетинг - це серце бізнесу

Він визначає:

- ❑ що створювати
- ❑ для кого
- ❑ як просувати
- ❑ і чому люди мають це купити



Роль у зростанні бізнесу

Маркетинг створює попит

Продажі лише його задовольняють

Завдання маркетингу:

зробити так, щоб люди хотіли купити ще до першого контакту



Як маркетинг впливає на прибуток

Маркетинг → Попит → Продажі → Прибуток → Масштаб

Коли маркетинг працює системно - бізнес росте
не за рахунок знижок, а за рахунок цінності



Кейс Marketorium

Коли ми перестали “продавати послуги”
і почали вирішувати задачі бізнесу –
з’явилися стабільність, повторні Клієнти і черга на співпрацю.

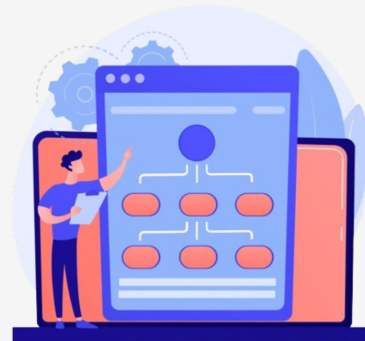


Без маркетингу бізнес “виживає”

Без маркетингу бізнес реагує.

З маркетингом - керує попитом.

Різниця між “вижити” і “зростати” - у наявності системи.





Кому ви продаєте?

З чого почати у малому бізнесі

Почніть свій маркетинг з відповіді на 3 питання:

1. **Що я продаю?** (цінність)
2. **Кому це потрібно?** (аудиторія)
3. **Як люди про це дізнаються?** (канали)



Як сформулювати цінність

Клієнт купує не продукт — а результат

Запитайте себе:

- ❑ Що зміниться в житті людини після покупки?
- ❑ Яку проблему вона вирішить?
- ❑ Що отримає замість своїх грошей?



Як визначити цільову аудиторію

Не всі, хто може купити, це ваша аудиторія

ЦА - це не “всі Клієнти”, а конкретні сегменти людей
з однаковим контекстом і мотивацією купівлі.

Одна людина може бути в різних сегментах,
залежно від “роботи”, яку хоче виконати.

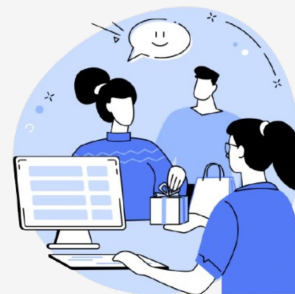


Як зрозуміти потреби Клієнтів

Не здогадуйтесь, а дізнавайтесь!

Потреби Клієнтів видно не в анкетах, а в поведінці:

- ❑ слухайте, що вони запитують
- ❑ спостерігайте, як вони обирають
- ❑ аналізуйте, чому відмовляються



Як описати портрет Клієнта (ICP + JTBD)

Поеднуйте ICP і JTBD

ICP відповідає на питання «хто купує»

JTBD - на «чому» і «в якому контексті»

Разом вони дають повну картину поведінки Клієнта



Як знайти свою нішу

Ніша = конкретна проблема + зрозумілий Клієнт

Щоб знайти свою нішу:

1. Подивіться, хто вже купує
2. Визначте, яку “роботу” ви вирішуєте
3. Сфокусуйтеся на одній проблемі та станьте найкращими в ній





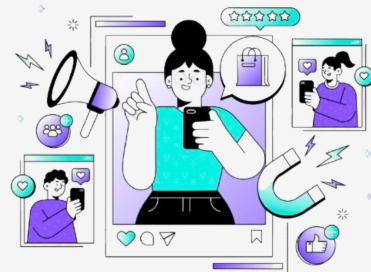
Маркетингові інструменти

Маркетинг - це не один інструмент

Не шукайте “чарівну кнопку”

Маркетинг працює, коли:

- ❑ канали підсилюють один одного
- ❑ кожен має свою роль
- ❑ ви міряєте результат, а не активність



4P маркетингу у сучасному форматі

Класика 4P → працює і сьогодні

Product	що ви пропонуєте
Price	як ви формуєте цінність
Place	де вас шукають
Promotion	як ви про це говорите

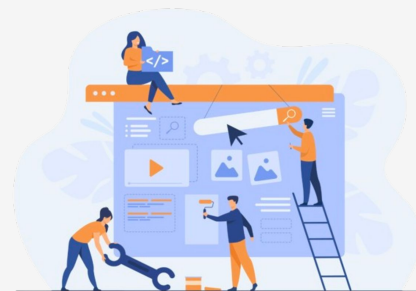


Сайт як ядро маркетингової системи

Сайт - це центр вашого маркетингу в інтернеті.

Через нього проходять:

- реклама
- SEO
- контент
- аналітика
- заявки та продажі

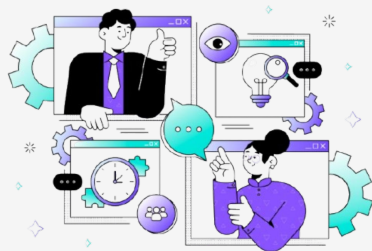


Соцмережі для довіри, а не продажу

Соцмережі продають не продукт — а довіру

Люди купують легше, коли люди бачать:

- експерта, а не рекламу
- відгуки, а не обіцянки
- історії, а не “акції”



Реклама: швидкий тест гіпотези

Реклама $\neq$ постійне рішення

Вона потрібна, щоб:

- швидко перевірити попит
- зрозуміти, що працює
- масштабувати лише те, що дає результат



Email і чат-боти: утримання Клієнтів

Новий продаж коштує у 5 разів дорожче, ніж повторний

Email і чат-боти допомагають:

- підтримувати контакт
- повертати Клієнтів
- автоматизувати комунікацію



Контент: довіра через користь

Контент — це не про “частіше постити”

Це про:

- користь для Клієнта
- довіру до експерта
- стабільну присутність у свідомості



SEO і репутація

SEO і репутація - це інерція вашого маркетингу

Вони працюють навіть тоді, коли ви нічого не публікуєте



Типи маркетингу:

ATL • BTL • Digital

ATL: масовий вплив

ATL - “Above The Line”

Масова комунікація через:

- ТБ, радіо, білборди, пресу
- великі онлайн-кампанії

Мета: впізнаваність і довіра до бренду



BTL: ТОЧКОВИЙ КОНТАКТ

BTL - “Below The Line”

Персональні дії, які створюють досвід:

- івенти, майстер-класи, виставки
- партнерства і колаборації
- промо та пробні продукти

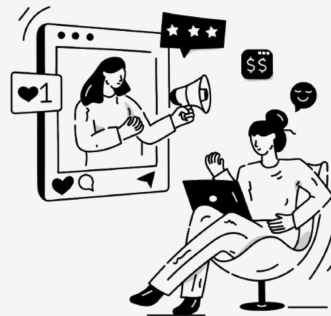


Digital: гнучкість і вимірюваність

Digital - головний інструмент малого бізнесу

Переваги:

- швидкий запуск і зміни
- точне налаштування аудиторії
- вимірювані результати



Як поєднувати ATL, BTL і Digital

Сила не в одному каналі — а в поєднанні

ATL створює впізнаваність

BTL дає контакт

Digital конвертує в продаж



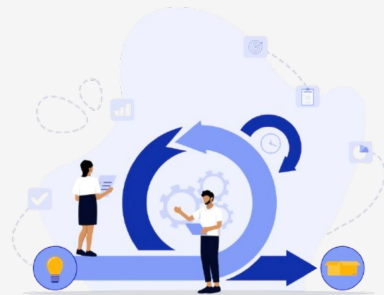


Створюємо
маркетингову
систему

Маркетинг = процес, не кампанія

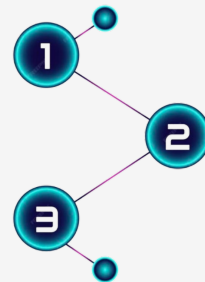
Системний маркетинг - це цикл:

аналіз → дії → вимірювання → корекція



3 кроки, щоб запустити систему

1. Зафіксуйте свою ціль і ЦА
2. Оберіть 2–3 канали (не всі одразу)
3. Ведіть просту аналітику



Типові помилки малого бізнесу

- ✗ Реклама без стратегії
- ✗ Фокус на інструментах, а не на Клієнтах
- ✗ Відсутність аналітики
- ✓ Системність і регулярність = результат



Як міряти ефективність маркетингу

Прості метрики для малого бізнесу:

- CPA — вартість заявки
- LTV — прибуток із Клієнта
- ROAS — окупність реклами



Підсумки

Маркетинг - це не реклама, а система дій

**Розумієш кого → що → як
= отримуєш прогнозований результат**





Домашнє завдання

Прям сьогодні-завтра

🎯 Зробіть коротку діагностику свого маркетингу:

1. Хто ваш Клієнт?
2. Яку “роботу” ви вирішуєте?
3. Які 2 канали приносять 80% результату?





Ваші питання



Подарунок від мене

Ваша точка входу в бізнес-середовище



 **Безкоштовний доступ**
до бізнес-спільноти
MRIYA Club **до кінця року**

Просто напишіть менеджеру
[mriyaclub.ua](https://t.me/mriyaclub.ua) в телеграм, що
ви зі школи ветеранів