



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

**PRIVATBANK
Business Platform**



One-page маркетингова стратегія ваш перши маркетинговий план



Нікіта Поляк

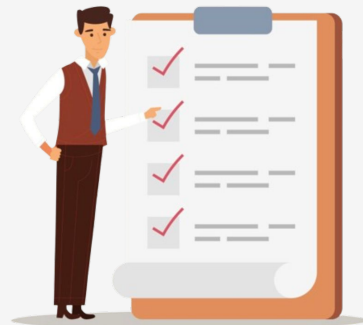
• Маркетолог • Підприємець • Бізнес-ментор •

- 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)

Чому стратегія має бути короткою

Стратегія - це не презентація на 300 сторінок

Це короткий документ, який відповідає на головне:
що робимо, навіщо і як.



Псевдостратегія

Дослідження $\neq$ стратегія

Аналітика - це підготовка.

Стратегія - це вибір і план дій.

Що таке one-page стратегія

One-page стратегія - це стисла карта дій бізнесу

Вона відповідає на три питання:

1. Де ми зараз
2. Куди хочемо прийти
3. Як туди дійдемо

Такий формат ідеальний для МСБ

У малого бізнесу немає часу на товсті документи

One-page стратегія дозволяє:

- діяти швидко
- бачити пріоритети
- пояснити все команді за 5 хвилин

Структура one-page стратегії

One-page стратегія = 3 етапи × 3 блоки

❶ **ДО**: вибір цільової аудиторії, повідомлення, медіа

❷ **ПІД ЧАС**: пропозиція, конверсія, продаж

❸ **ПІСЛЯ**: утримання, повторні продажі, рекомендації

Як виглядає one-page стратегія

ДО

- 1 Аудиторія
- 2 Повідомлення
- 3 Канали

ПІД ЧАС

- 4 Пропозиція
- 5 Конверсія
- 6 Продаж

ПІСЛЯ

- 7 Утримання
- 8 Повторні покупки
- 9 Реферали

The #1 Amazon Bestseller

THE 1-PAGE MARKETING PLAN



Get New Customers, Make More Money,
And Stand Out From The Crowd

Allan Dib

My 1-Page Marketing Plan

Before (Prospect)	 1. My Target Market 	 2. My Message To My Target Market 	 3. The Media I Will Use To Reach My Target Market
	 4. My Lead Capture System 	 5. My Lead Nurturing System 	 6. My Sales Conversion Strategy
	 7. How I Deliver A World Class Experience 	 8. How I Increase Customer Lifetime Value 	 9. How I Orchestrate And Stimulate Referrals



Дослідження
перед стратегією

Навіщо потрібне дослідження

Дослідження не для звіту, а для рішень

Його мета - знайти відповіді на 3 питання:

1. Де ми на ринку
2. Хто наш Клієнт
3. Що нам дає перевагу

Як зробити швидке дослідження

3 прості джерела даних:

1. **Клієнти:** що питають і що цінують
2. **Конкуренти:** як себе позиціонують
3. **Google:** що реально шукають люди

Як зрозуміти свою аудиторію

Не описуйте вік і стать — зрозумійте, що болить

Використайте:

- JTBD — яку “роботу” виконує Клієнт
- Pain / Gain map — що заважає і що мотивує

Як робити висновки з дослідження

Результат дослідження - не звіт, а 1 слайд висновків

Відповідь на 5 питань:

1. Хто наш Клієнт
2. Яку задачу вирішує
3. У чому наша перевага
4. Що заважає продажам
5. Які гіпотези треба протестувати



Побудова one-page стратегії

Як працювати з цією моделлю

Пам'ятаєте три етапи Алана Діба?

Тепер розберемо, як заповнити їх у вашій one-page стратегії

- як визначити аудиторію;
- як сформулювати меседж;
- як обрати канали;
- і як усе це перевести в дії.

Етап 1: ДО

аудиторія, повідомлення, канали

На етапі “ДО” ми:

- 1 Визначаємо аудиторію - хто і чому купить
- 2 Формулюємо повідомлення - що їм важливо почути
- 3 Обираємо канали - де вони це почують

Етап 2: ПІД ЧАС

пропозиція, довіра, продаж

На етапі “ПІД ЧАС” ми:

- 1 Формуємо пропозицію - чітку та цінну
- 2 Будуємо довіру - через докази й досвід
- 3 Закриваємо продаж - просто й без тиску

Етап 3: ПІСЛЯ

утримання, повтор, рекомендації

Після продажу маркетинг не закінчується

- 1 Утримуємо Клієнтів
- 2 Стимулюємо повтор
- 3 Просимо рекомендації

Як створити one-page маркетинговий план

З чого почати створення плану

Почніть з трьох речей:

- 1 Ціль - чітка й вимірювана
- 2 Аудиторія - конкретна
- 3 Канали - максимум 3, які реально потягнете

Як сформулювати цілі по SMART

Ціль без вимірів — це бажання

Використайте формулу SMART:

S - конкретна

M - вимірювана

A - досяжна

R - релевантна

T - обмежена в часі

Як обрати KPI для своєї стратегії

KPI залежать від цілі, а не від моди

Запитайте себе:

- ❶ Що я хочу змінити
- ❷ Як це можна виміряти
- ❸ Як часто я це відстежую

Як розподілити бюджет

Правило 70 / 20 / 10 для маркетингового бюджету:

70% - перевірені канали

20% - нові, які тестуємо

10% - експерименти

Як узгодити маркетинг і продажі

Маркетинг створює попит

Продажі перетворюють його в гроші

Щоб вони працювали як система, а не у хаусі - вам потрібні:

1 Спільні цілі

1 Спільні цілі

3 Єдина воронка

Як скласти простий календар дій

Календар = стратегія в дії

Розбийте план на 3 блоки:



Що робимо



Хто відповідальний



Коли перевіряємо результат

Приклад one-page плану: кав'ярня

ДО	ПІД ЧАС	ПІСЛЯ
ЦА: офісні працівники поруч (<i>радіус 1 км</i>)	Пропозиція: кава + круасан за 3€	Картка лояльності: накопичувальні бонуси
Повідомлення: “Кава, як у Мілані, за 5 хвилин”	Конверсія: знижка в обідній час	Повтор: 7-а кава безкоштовно
Канали: білборд біля офісів, Instagram, Google Maps	Продаж: Telegram-бот або каса	Реферали: “приведи друга = кава в подарунок”

Приклад one-page плану: школа

ДО	ПІД ЧАС	ПІСЛЯ
ЦА: фахівці, які хочуть перейти в digital	Пропозиція: безкоштовний вебінар + консультація	Email-серія з бонусами та гайдами
Повідомлення: “Отримай професію, що приносить дохід”	Конверсія: заклик zareestruvatisia cherez Telegram-bot	Повтор: апгрейд на просунутий курс
Канали: реклама Meta, партнерські сторінки, Telegram	Продаж: менеджер після вебінару	Реферали: програма “приведи друга - знижка обом”

Приклад one-page плану: агенція

ДО	ПІД ЧАС	ПІСЛЯ
ЦА: власники малого бізнесу	Пропозиція: аудит маркетингу за фіксованою ціною	Follow-up з рекомендаціями
Повідомлення: “Побачте, де зливаєте бюджет”	Конверсія: заявка через сайт або форму	Повтор: пропозиція супроводу
Канали: LinkedIn, вебінари, рекомендації	Продаж: консультація або старт-сесія	Реферали: бонус за рекомендацію

Як перевіряти та оновлювати план

Стратегія - це не файл, а процес

Оновлюйте план раз на місяць:

- 1 **Перегляньте** метрики
- 2 **Зафіксуйте**, що спрацювало
- 3 **Відкоригуйте** наступні дії

Типові помилки у стратегії

✗ Занадто складно

✗ Без вимірюваних цілей

✗ Без відповідальних

✗ Без оновлення

✓ Простота + фокус + регулярність

Як зрозуміти, що стратегія працює

Ознаки робочої стратегії:

- ✓ Менше хаосу
- ✓ Прогнозований потік заявок
- ✓ Команда розуміє, куди рухаємось
- ✓ Рішення приймаються на даних

**З чим ви сьогодні підете
після цього вебіанру**

Підсумки

Стратегія = вибір + фокус + послідовність

Не знати все, а знати, що робити далі



Домашнє завдання

Самостійна робота

 Створіть свій one-page план:

- 1 **Опишіть** свою ЦА і пропозицію
- 2 **Оберіть** 3 канали і 3 KPI
- 3 **Запишіть** це все на 1 сторінці



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 в телеграм, що
ви зі школи ветеранів