

# МАРКЕТИНГ БУДУЩЕГО

5 НАПРАВЛЕНИЙ, КОТОРЫЕ ВЫ  
ДОБАВИТЕ В СВОЮ СТРАТЕГИЮ

КСЕНИЯ КОРОЛЬ

KOROL MEDIA

# МЕНЯ ЗОВУТ КСЕНИЯ КОРОЛЬ

**Я ОСНОВАТЕЛЬ АГЕНТСТВА KOROL MEDIA.  
МАРКЕТОЛОГ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ,  
12-ЛЕТНИМ СТАЖЕМ И БОЛЬШИМ  
ОПЫТОМ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ.**

Моя специализация — маркетинговые стратегии, многоканальные рекламные кампании и конкурентные войны.



KOROL MEDIA



# KOROL MEDIA

– маркетинговое агентство  
полного цикла

Мы пока что небольшие.  
И это преимущество.

В каждого клиента мы вкладываемся  
на МИЛЛИОН ПРОЦЕНТОВ

**Обсудим, как** уволить копирайтера,  
оставить HR-департамент без работы  
и обогнать конкурентов



**Что я покупаю,  
когда покупаю  
квартиру?**

A white line drawing of an iceberg on a black background. A horizontal white line represents the water surface. The part of the iceberg above the line is small and jagged, representing visible needs. The part below the line is much larger and also jagged, representing hidden needs.

**Прямая потребность**

**Глубинная потребность**

У разных сегментов аудитории  
будут разные **глубинные**  
**потребности,** хотя действие  
одно — покупка

Купить собственную квартиру

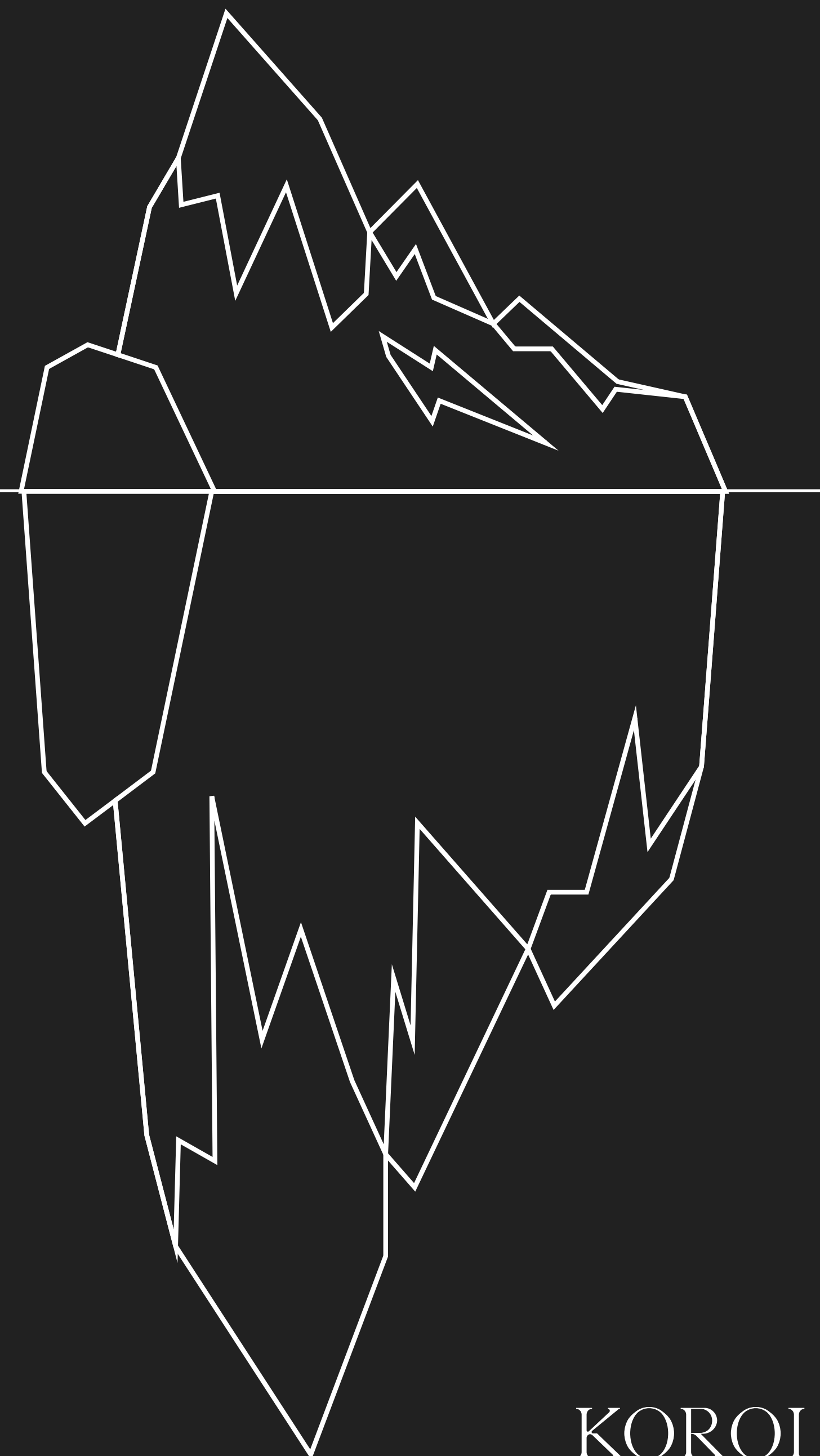
Чувствовать себя автономным

Безопасность родных

Активный образ жизни

Дети во дворе играют в казаков-разбойников

Соседи: устраиваем кинопоказы летом, дружим семьями, помогаем друг-другу





# Как мы достаем **глубинные** потребности

- опишите свою точку А
- опишите свою точку В
- Как вы будете себя чувствовать в новой реальности?
- Как вы чувствуете себя сейчас?

## Прямая потребность

- Цена квадратного метра
- Срок сдачи в эксплуатацию
- Размер застройщика
- Скидки и спецусловия
- Настойчивость менеджеров продаж

## Глубинная потребность

- Снижается эластичность по цене
- Могу подождать
- Размер менее важен
- Огрехи менеджеров по продажам «прощаются»



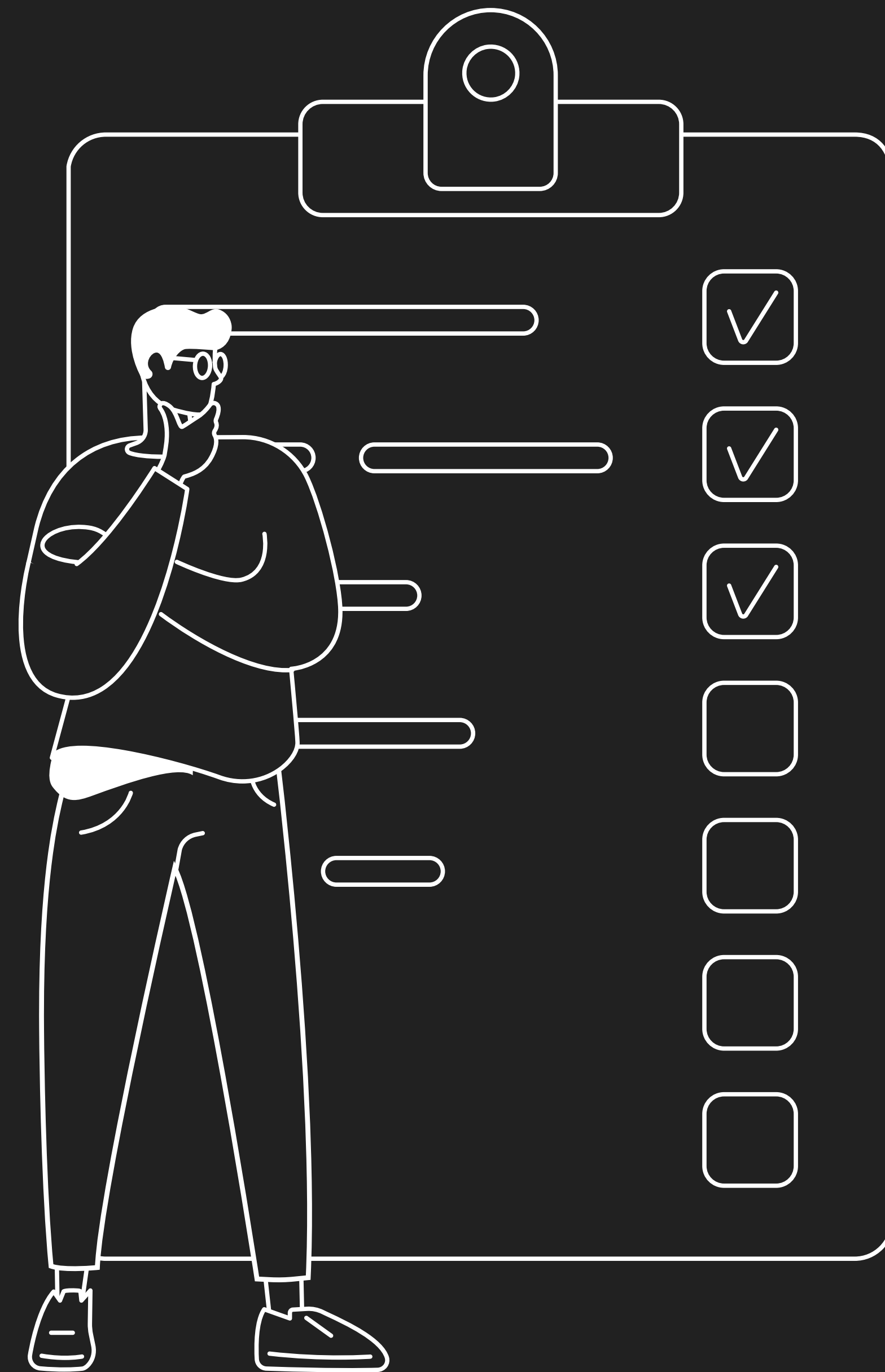
**Оставляем  
копирайтера  
без работы**



**CUSTDEV**

Постоянные глубинные интервью  
— ДНК успешного бизнеса

**Цель глубоинных интервью:**  
**говорить языком потребителя, используя его словоформы**



# **Продающие смыслы будут меняться на разных этапах продаж**

Также происходит обновление каждые 6-12 месяцев, в зависимости от конъюнктуры рынка

Риэлтор в марте 2022: «В нашем ЖК подземная парковка превращается в бункер»

# CUSTDEV – 1

— исследование продающих смыслов у тех потребителей, которые уже совершили покупку, а также распространение коммуникаций на потенциальных покупателей

Опишите ЖК своими словами

Вспомните, пожалуйста, как вы приняли решение о покупке?

Какие были мысли перед тем, как вы определились?

С какими объектами в вашей голове конкурировал наш объект? Что стало ключевым фактором?

Как бы вы объяснили другу, почему ему стоит тоже приобрести тут квартиру?



**Опережаем  
конкурентов через  
Inbound Marketing**





# Жизненный цикл совершения дорогой покупки

«КОГДА-НИБУДЬ»

**МЕЧТА**

«СКОРО СМОГУ»

**ПРИМЕРКА К ВАРИАНТАМ,  
ПОИСК КОНКРЕТИКИ**

**ПОЯВЛЕНИЕ  
ВОЗМОЖНОСТИ,  
ВЫБОР ОБЪЕКТА**



ВСЯ КОНКУРЕНЦИЯ

# А что если сыграть на опережение?

«КОГДА-НИБУДЬ»

**МЕЧТА**

«СКОРО СМОГУ»

**ПРИМЕРКА К ВАРИАНТАМ,  
ПОИСК КОНКРЕТИКИ**

**ПОЯВЛЕНИЕ  
ВОЗМОЖНОСТИ,  
ВЫБОР ОБЪЕКТА**

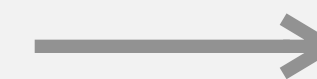
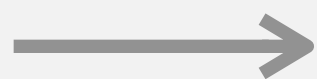
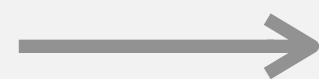


НАЧИНАЕМ МАРКЕТИНГОВУЮ  
ВОЙНУ ОТСЮДА

# НЕДОРОГИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

**INBOUND**

привлекать потенциальных клиентов через digital-каналы с помощью полезного интересного контента





# НЕДОРОГИЕ КАНАЛЫ

- Instagram\*
- Telegram
- YouTube
- VK

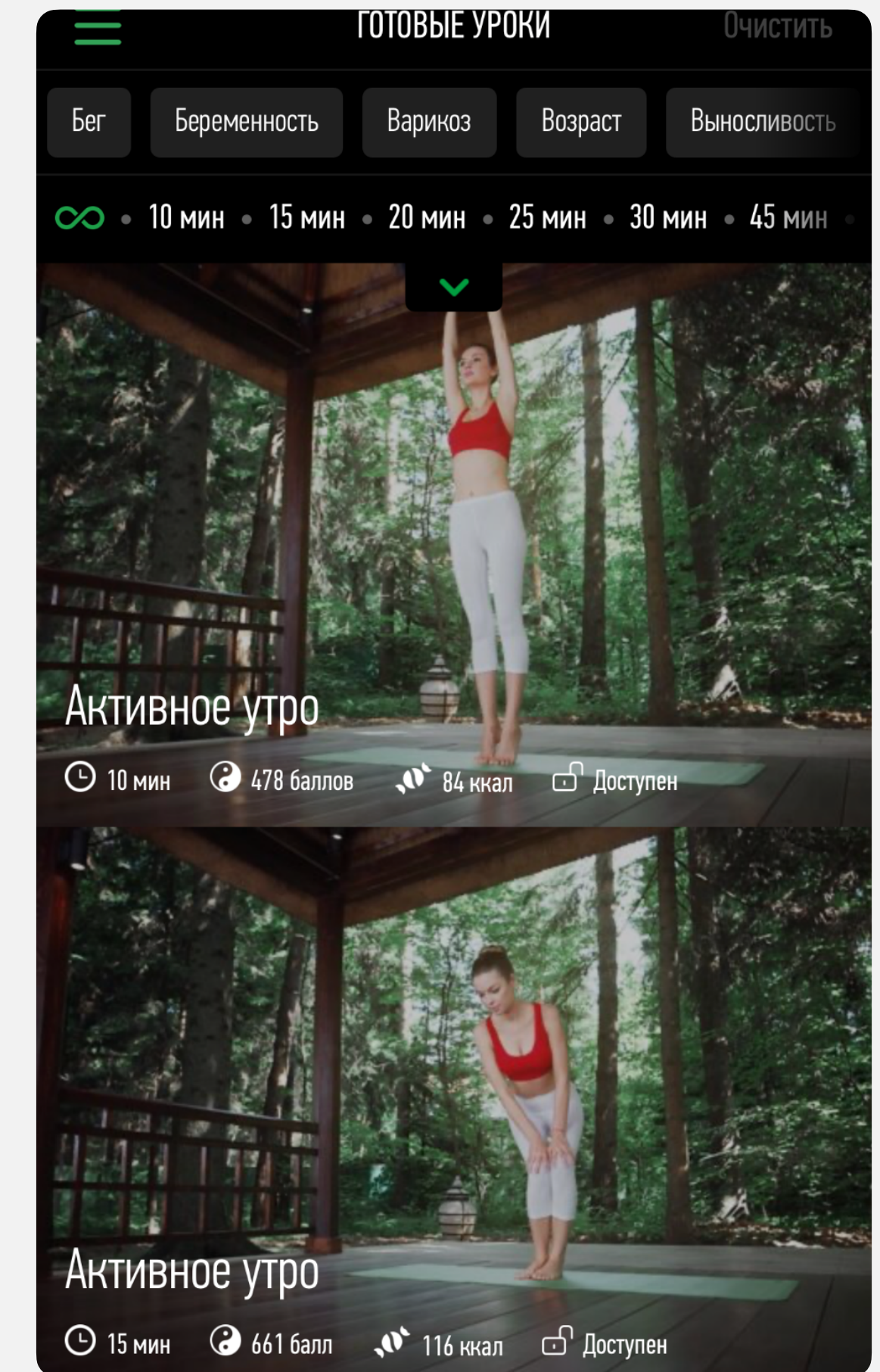
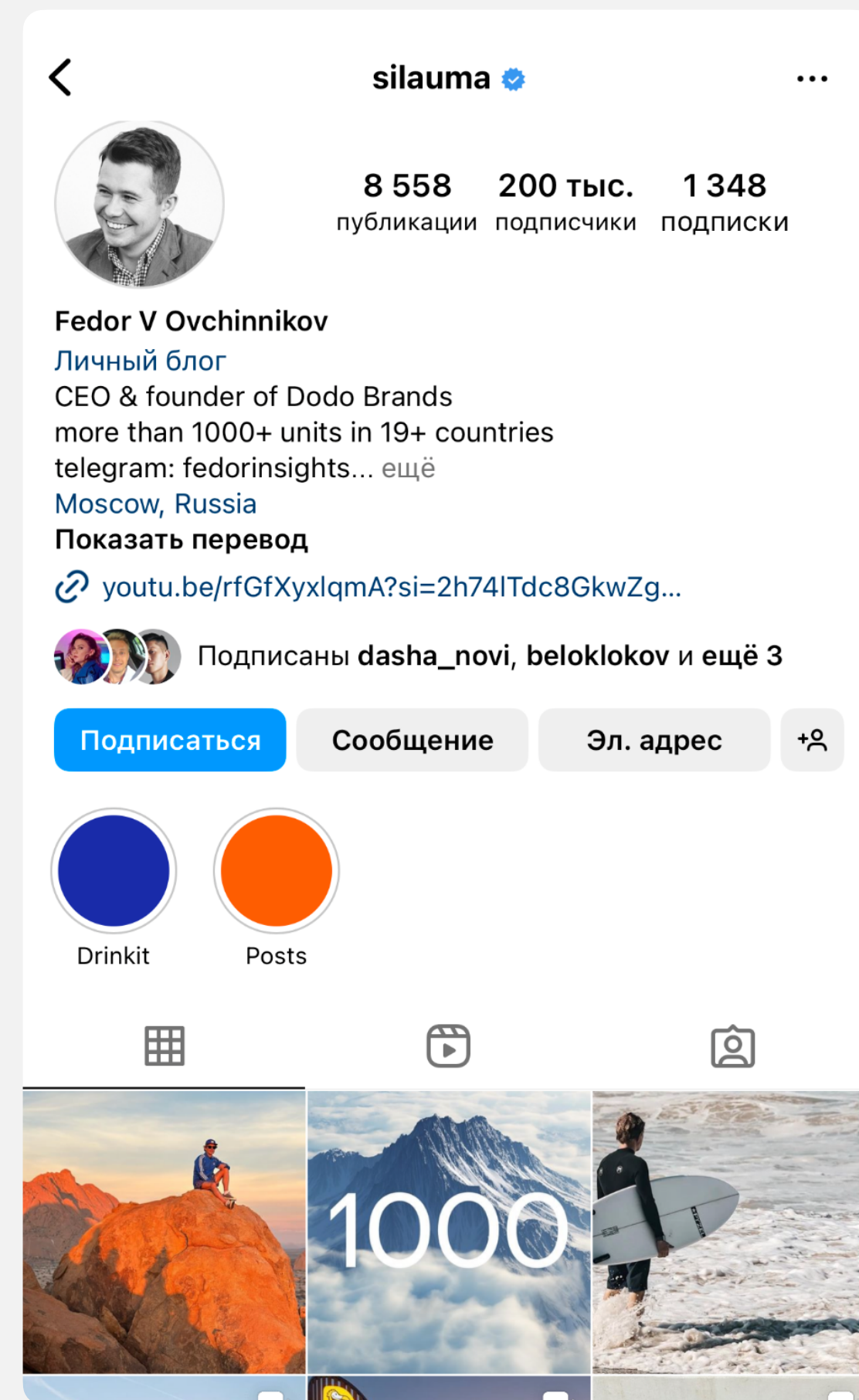
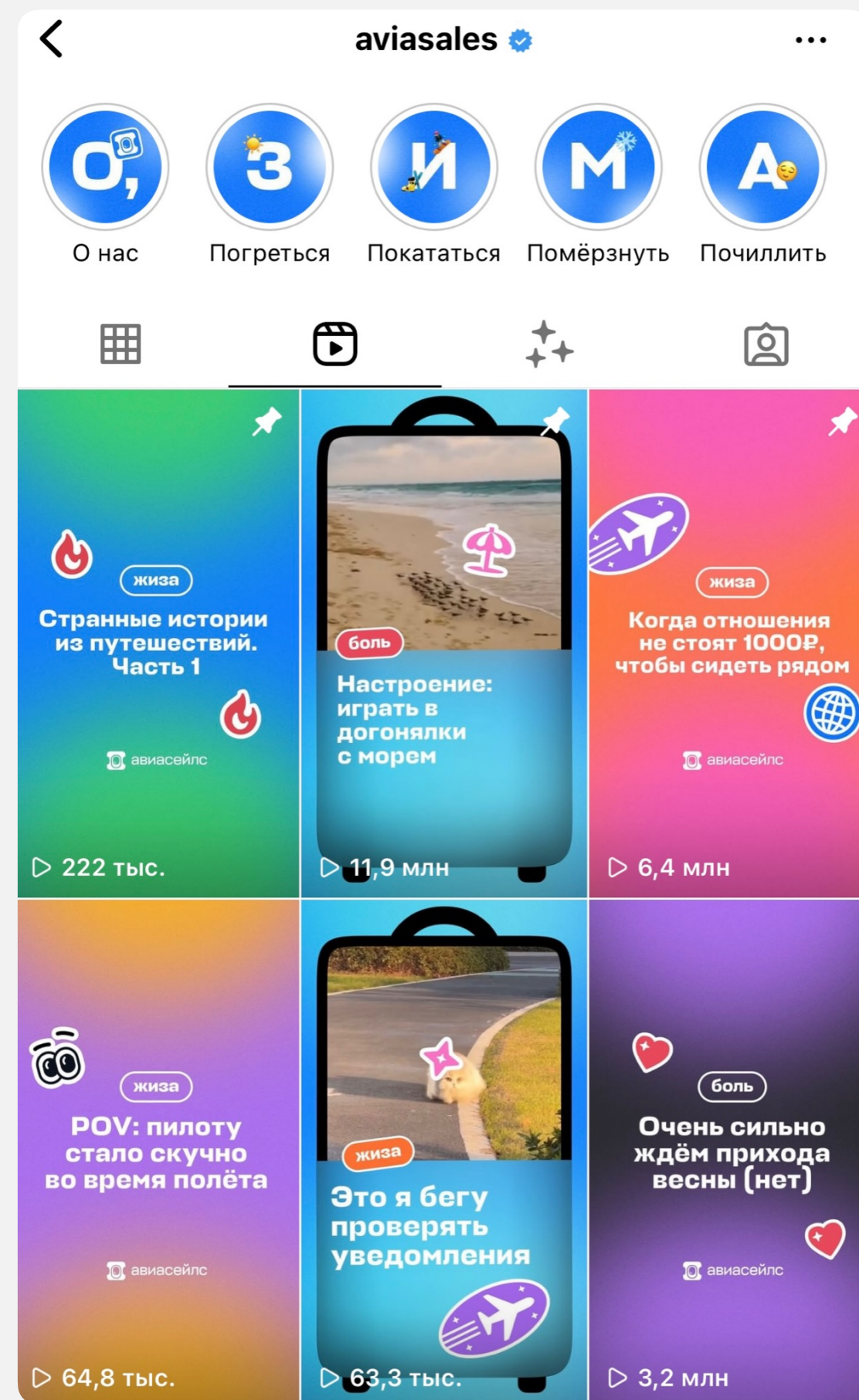
\*деятельность организации  
Meta Platforms Inc  
запрещена в РФ

KOROL<sup>MEDIA</sup>

# КАКОЙ КОНТЕНТ?

- Как выбрать квартиру
- Советы по ремонту
- Дизайн интерьеров: идеи и красивый контент
- Обзоры недвижимости
- Полезные советы
- Развешивание мифов
- Острые обзоры и интересный контент по теме
- Вирусные ролики и юмор
- Личные блоги первых лиц

# КЕЙСЫ ДРУГИХ РЫНКОВ



4

**Первые  
лица**





Я его знаю!

# БЕЗОПАСНОСТЬ И ДОВЕРИЕ

МОИ ЦЕННОСТИ



ЦЕННОСТИ ЛЮДЕЙ,  
У КОТОРЫХ Я ПОКУПАЮ

# 6 СЮЖЕТНЫХ ЛИНИЙ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Образ жизни: автомобиль, квартира, семейность, рестораны, друзья

Увлечения и хобби: спорт, путешествия, Эльбрус, благотворительность

Управленческая экспертиза: взаимодействие с командой, планы, планерки решение задач, амбиции

Профессиональная экспертиза: мнение об отрасли, идеи, рассуждения о продукте

Ценность 1: честность во всем

Ценность 2: выращивать юные таланты

# КАК РАСКРЫВАЕТСЯ

- Аккаунты первых лиц в соцсетях
- Пиар первых лиц в СМИ и пабликах
- Спикерство на ивентах

5

**HR-маркетинг**

**Привлечь кадры через  
HR-департамент**

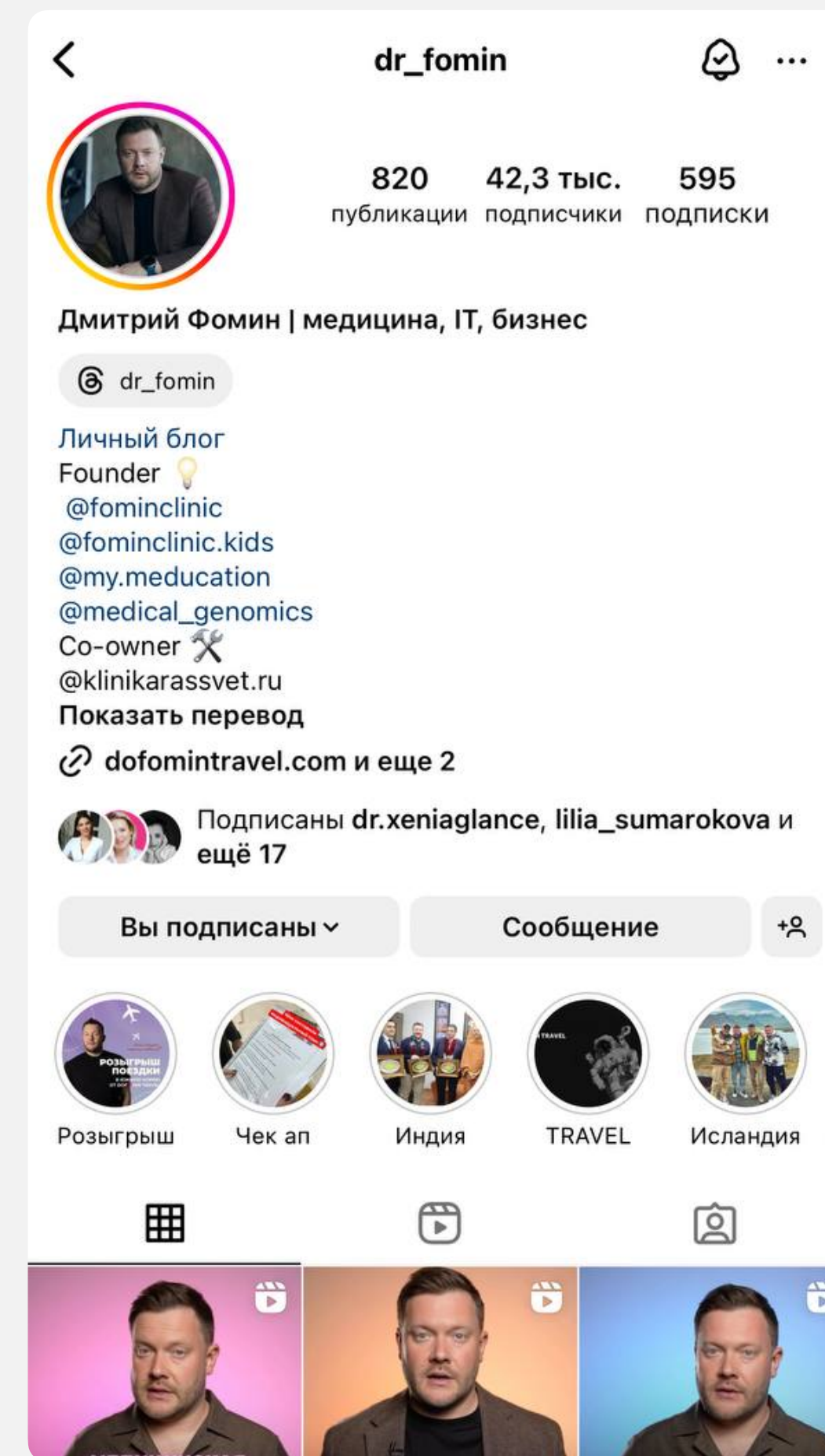
**= уходить в ценовую  
конкуренцию**



# HR-МАРКЕТИНГ

- Блоги первых лиц
- Отраслевые ивенты, отражающие ценности

# ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ С КЛИНИКОЙ ФОМИНА

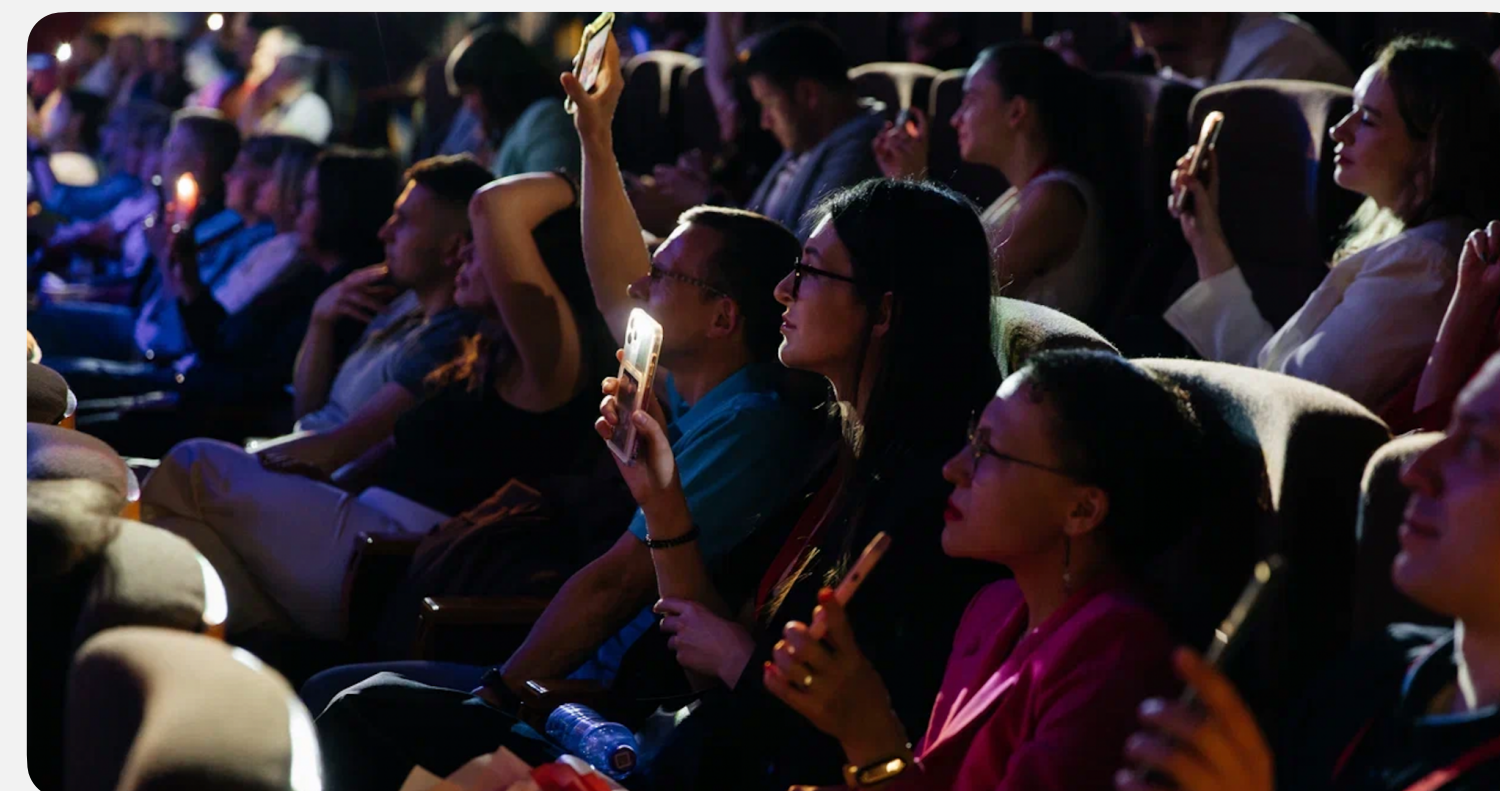
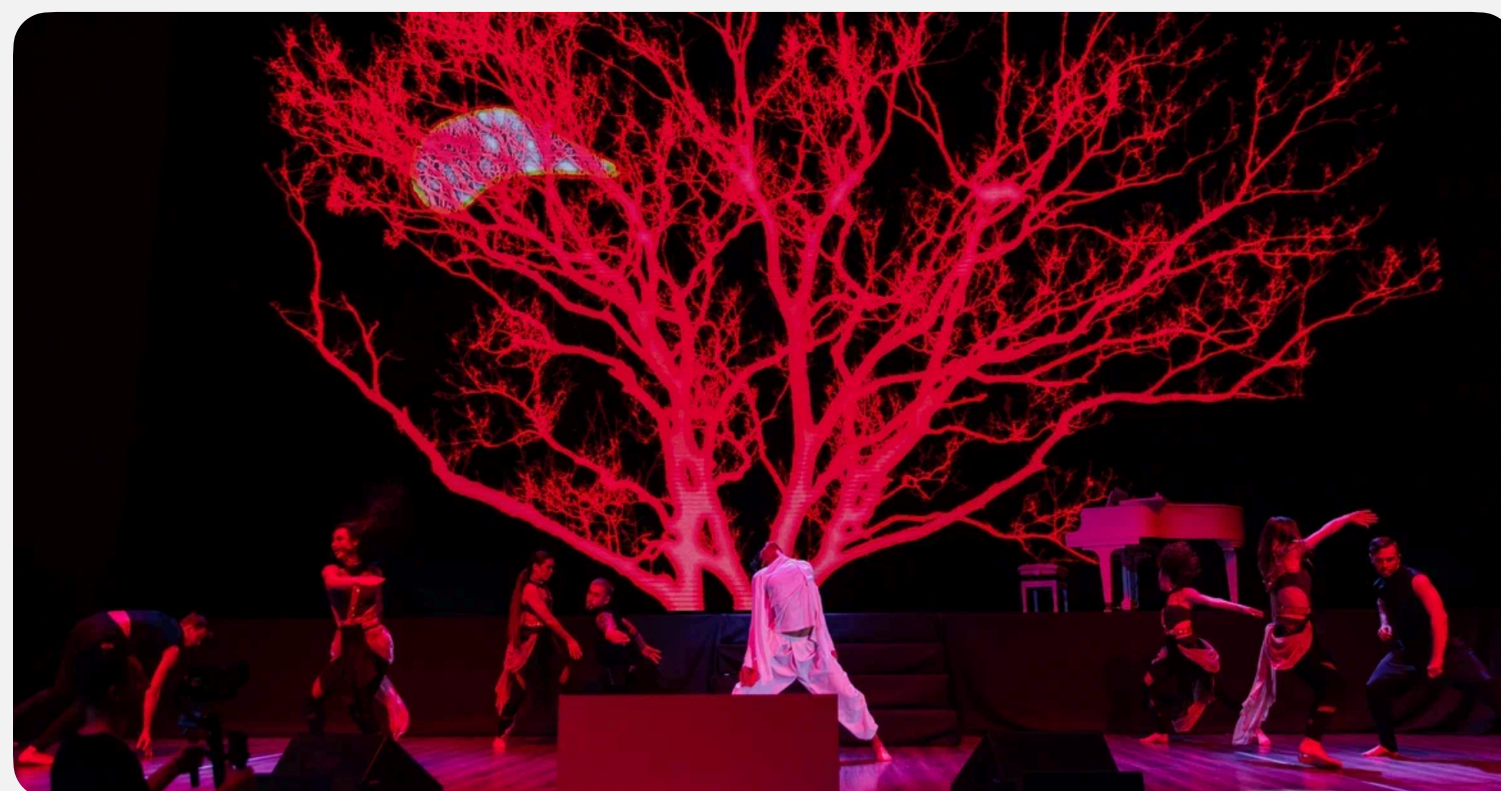



# МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ВРАЧЕЙ: ОНЛАЙН И ОФЛАЙН


ГДЕ ЗАКАНЧИВАЕТСЯ  
ВОРОВСТВО И НАЧИНАЕТСЯ  
МОДЕРНИЗАЦИЯ?

✗  
Если ты сделал "дверь в дверь"  
то же самое без модернизации - это воровство

✓  
А если ты сделал "дверь в дверь",  
проанализировал ошибки, улучшил,  
докрутил что-то новое - это уже модернизация  
Ты просто круче!



**Я СОЗДАЮ УСЛОВИЯ,  
ЧТОБЫ ВРАЧИ НЕ ХОТЕЛИ  
СОВМЕЩАТЬ РАБОТУ  
В КЛИНИКАХ ИЛИ КУДА-ТО  
УХОДИТЬ**



ПАЦИЕНТОКРАТИЯ





## **Весь контент отрабатывает «боли» отрасли**

- Низкие ЗП
- Проблемы с обучением
- Ужасные условия труда

## **И подсвечивает преимущества работодателя**

### **«У нас все иначе»**

- Белые зп
- Бесплатное обучение и развитие
- Классные условия труда

# РЕЗУЛЬТАТ

РАБОТА У ВАС  
СТАНОВИТСЯ  
РАБОТОЙ МЕЧТЫ

ВХОДЯЩИЕ  
ЗАЯВКИ

ТОПЫ РЫНКА  
ГОТОВЫ ОБСУЖДАТЬ  
ТРУДОУСТРОЙСТВО

КОСТЫ НА HR  
СНИЖЕНЫ

**ИТАК**

**МЫ РАССМОТРЕЛИ  
5 ИНСТРУМЕНТОВ,  
КОТОРЫЕ ДАДУТ  
ВАМ ПРЕИМУЩЕСТВО**

**Переходите по QR-  
коду, чтобы получить  
файл с презентацией  
и сделать свой вклад  
в эффективный  
маркетинг отрасли**



**KOROL** MEDIA