

А. Н. Жаркова

Научный руководитель: А. В. Булатова

*Уральский федеральный университет
имени Первого Президента. России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА AGENT STRAWBERRY

Аннотация: Статья содержит исследование маркетинговой стратегии магазина «Agent Strawberry» в сети Интернет. Приведены данные анализа информационного контента в сервисе Instagram, ассортимента представленного товара по отношению к ассортименту конкурентов. По итогу исследования представлены рекомендации по повышению узнаваемости бренда «Agent Strawberry».

Ключевые слова: контент-анализ, анализ-конкурентов, контент-маркетинг, социальные сети, контент.

A. N. Zharkova

Scientific supervisor: A. V. Bulatova

*Ural Federal University
named after the First President of Russia B. N. Yeltsin
Ekaterinburg*

CONTENT MARKETING AS A WAY TO PROMOTE A PRODUCT USING THE EXAMPLE OF THE AGENT STRAWBERRY BRAND

Abstract: The article contains a study of the marketing strategy of the Agent Strawberry store on the Internet. The data of the analysis of the information content in the Instagram service, the assortment of the presented goods in relation to the assortment of competitors are presented. Based on the results of the study, recommendations are presented to increase the brand awareness of «Agent Strawberry».

Keywords: content analysis, competitor analysis, content marketing, social networks, content.

На сегодняшний день социальные сети являются не просто площадками для общения, а выступают полноценными платформами для организации и ведения бизнеса. Одним из инструментов, позволяющим выстраивать с целевой аудиторией долгосрочные отношения, в том числе и посредством социальных сетей, выступает контент-маркетинг. С его помощью можно как повышать лояльность текущих клиентов, так и привлекать потенциальную аудиторию покупателей.

Т. Мерлок определяет контент-маркетинг как «все, что ваша организация создает и делится, чтобы рассказать свою историю». Контент-маркетинг может повысить узнаваемость бренда, создать целые сообщества вокруг бизнеса и стимулировать продажи. Контент может заставить людей увлечься брендом, для этого необходимо предоставлять уникальный и ценный контент, демонстрирующий ценности компании.

Бренд Agent Strawberry [1] основан в 2016 г., работает по всему Екатеринбург. Основная задача данного сервиса — создание авторских букетов из клубники, покрытых премиальным бельгийским шоколадом на заказ. Миссия магазина — это не букеты, а эмоции клиентов. Сервис доставки дает возможность делать приятное близким не только по праздникам. Магазин Agent Strawberry предлагает уникальное, готовое решение подарков к различным датам. Клиентам можно не волноваться о потраченном времени в поисках актуального подарка, который обязательно вызовет положительные эмоции. Преимущество магазина Agent Strawberry от других в том, что они предлагают небольшие подарочные наборы для класса/коллектива в минимальной ценовой категории. Каждый клиент здесь найдет клубничный букет по своему вкусу и финансовой возможности.

Определить оппонентов магазина Agent Strawberry в предложении покупателям подобных клубничных букетов и понять, какие стратегии маркетинга они используют, позволит конкурентный анализ. (табл. 1).

Анализ конкурентов

Критерий	Agent Strawberry	BallBerry	Бархат Flowers
1. Ассортимент продукции	Огромный ассортимент, вся продукция распределена по категориям. Есть маленькие подарочные наборы для коллектива или класса	Большой ассортимент, нет распределения на категории	Большой ассортимент, нет категорий
2. Количество магазинов по городу	1	0	1
3. Дизайн упаковки	В дизайне используется фирменная упаковка, атласные ленточки с названием бренда, цветы и множество других декоративных элементов	Используется упаковка с названием фирмы, ленточки и другие элементы	Упаковка с названием бренда, нет декоративных элементов
4. Цветовая палитра	Розовые тона на сайте, в Instagram, на упаковке	Нет определенной цветовой палитры	Нет определенной цветовой палитры
5. Количество подписчиков в Instagram	14 тыс.	19,9 тыс.	10 тыс.
6. Логотип	Обновляется к праздничным датам	Не обновляется	Не обновляется
7. Доставка	Доставка с 10 утра до 8 вечера. Нет бесплатной доставки	Широкий диапазон доставок. Доставка всегда платная, независимо от суммы	Более скромный диапазон доставки, присутствует бесплатная доставка от определенной суммы
8. Скидки, розыгрыши, акции	Часто проводятся розыгрыши, есть скидки к праздникам	Редко проводятся розыгрыши и акции. Есть скидки ко дню рождения	Частые акции, розыгрыши, скидки

По Екатеринбургу клубнично-цветочные букеты предлагают к продаже всего лишь несколько магазинов, что уже делает предложение уникальным. У каждого бренда свое собственное видение оформления, доставки, упаковки и т. д. Магазины предлагают готовое решение подарков на все случаи жизни, будь то свадьба, День рождения или День защитника Отечества.

Именно магазин Agent Strawberry занимает устойчивое положение на рынке, у них много подписчиков, узнаваемая упаковка и логотип. Магазин находится в центре городе и имеет единый фирменный стиль оформления.

Самым главным конкурентом является магазин BallBerry. У них также есть свои социальные сети и сайт, с помощью которых можно сделать заказ, посмотреть ассортимент, узнать информацию о магазине. BallBerry предлагает более широкий временной диапазон доставок, нежели Agent Strawberry. На сайте этого магазина отсутствуют классификации по категориям, что немного осложняет подбор нужного букета клиентом. Негативным фактором является то, что магазин ориентирован только на доставку, у него отсутствует офис приема и выдачи заказов.

На втором месте по конкуренции находится магазин Бархат Flowers. Бархат Flowers — это сеть магазинов по четырем городам России. Проводится достаточно много розыгрышей и акций, а также имеется возможность бесплатной доставки заказа от определенной суммы. Магазин представлен сообществами в социальных сетях. У бренда нет единого стилевого оформления между сайтом и профилем в Instagram.

Для того, чтобы оценить и впоследствии дать рекомендации по улучшению сервиса доставки букетов из клубники Agent Strawberry проведен анализ контента конкурентов на основе выявления метрик, показывающих активность аудитории. (табл. 2).

Таблица 2

Анализ конкурентов (на основе сервиса Instagram)

Метрики	Agent Strawberry	BallBerry	Бархат Flowers
1. Вид SMM-контента	Продающий контент — более 70%, присутствуют обучающие посты	Продающий контент — 100 %	Продающий контент — 100 %
2. Публикация контента	1–2 раза день	Один раз в 2–3 дня	Один раз в 2–3 дня
3. Вовлеченность / количество лайков/ комментариев	ER=0,006 160/25	ER=0,002 50/3	ER=0,003 30/0
4. Обратная связь	Присутствует	Отсутствует	Отсутствует

5. Количество подписчиков	14,5 тыс.	19,9 тыс.	10 тыс.
Метрики	Agent Strawberry	BallBerry	Бархат Flowers
6. Визуальное оформление	Акцент на эстетичную визуальную составляющую	Акцент на эстетичную визуальную составляющую	Акцент на визуальную составляющую
7. Актуальные сторис	Присутствуют	Присутствуют	Присутствуют
8. Брифирование клиента (опросы для улучшения деятельности)	Присутствуют	Отсутствует	Отсутствует
9. Наличие рекламы сторонних магазинов	Присутствует (магазин праздничных аксессуаров)	Отсутствует	Отсутствует

Из проделанного анализа видно, что магазин Agent Strawberry достаточно ответственно подходит к продвижению своего бренда в Интернете. Понимая, что социальные сети, применяемые в этом бизнесе, становятся инструментом по продвижению продукта, привлечению внимания потенциальных клиентов и укреплению лояльности текущих клиентов, магазин активно поддерживает связь с аудиторией, отвечает на положительные и отрицательные отзывы, консультирует в вопросах клиентов. SMM-специалисты на аккаунте в Instagram используют следующие практики: обучающий контент (при какой температуре нужно разогреть шоколад, как хранить и подобное), процесс приготовления клубники в шоколаде и т. д.

Со всеми заказчиками менеджеры работают индивидуально, учитывая пожелания каждого клиента. Магазин гарантирует безупречный сервис и пунктуальность доставки заказов.

Логотип Agent Strawberry обновляется к сезонным и праздничным датам, например, к Новому году на надписи появляется шапочка Санты. Цветовая палитра и нейминг магазина с 2016 г. оставались неизменными, что хорошо, т.к. это повышает узнаваемость бренда среди клиентов. В дизайне клубничных композиций используются фирменная упаковка, атласные ленточки с названием бренда, цветы и множество других декоративных элементов.

На сайте или в социальных сетях магазина можно увидеть огромный ассортимент продукции, который подойдет абсолютно для любого повода. Купить букеты можно как готовые, так и создать собственный по определенным предпочтениям.

На основании проведенного исследования сформулирован ряд рекомендации по повышению узнаваемости бренда «Agent Strawberry»:

1. Разработать свое мобильное приложение. Такая рекомендация облегчит и ускорит оформление заказов клиентами.
2. Вывести свой магазин на следующие платформы доставки: Delivery Club и Яндекс.Еда.
3. Расширить ассортимент. Предоставлять не только клубнику в шоколаде, но и другие фрукты по предпочтению потребителей.
4. Зарегистрироваться в таких социальных сетях, как TikTok и Telegram, т. к. на данный момент наблюдаются перебои с доступом к сервису Instagram.
5. Предоставить возможность бесплатной доставки от определенной суммы, для увеличения заказов.
6. Чаще проводить разные розыгрыши и акции, как показал анализ, это пользуется популярностью среди клиентов.
7. Разработать программу лояльности при первом заказе, а также для постоянных клиентов.

Из проделанного анализа видно, что стратегия продвижения бренда Agent Strawberry на просторах сети Интернет позволяет выстраивать сильную коммуникацию с клиентами и охватывать наибольшее их число. Их работа — это планомерное «приручение клиента», основанное на качественном контенте с обратной связью и реакцией на пожелания клиентов. Эти характеристики выгодно отличают компанию от конкурентов.

Библиографические ссылки

1. Профиль магазина Agent Strawberry в Instagram. URL: https://www.instagram.com/agent_strawberry_/?igshid=je6z93z53jrm (дата обращения: 01.03.2022).