

Softuni Digital Fest:

Разработване на B2B маркетинг стратегия за популяризиране на Zahara Consult в България

Създайте маркетинг стратегия, която да популяризира “Zahara Consult” в България и да достигне до нови потенциални клиенти на агенцията. Целта е агенцията да се позиционира пред **представители на бизнеса**, както и с хора с интерес към дигитален маркетинг и реклама.

Цел: създаване на B2B(business-to-business) маркетинг стратегия с цел привличане на нови бизнес клиенти за агенцията

Повече за маркетинг агенцията

- Zahara Consult е водеща агенция, специализирана в предоставянето на цялостни маркетинг решения за бизнеса. Услугите на компанията включват проучване на пазара и изграждане на стратегия за дигитален маркетинг и изпълнение чрез SEO, реклами (Google/Meta), управление на социални мрежи, изработка на уебсайтове, PR, TV реклама, и др. Маркетинг агенцията се грижи за дигиталното присъствие на едни от най-големите брандове в света. Компанията е носител на редица отличия от утвърдени класации и конкурси, сред които Clutch, The Manifest, B2B Media.
- Основните маркетинг услуги на фирмата са изработка на маркетинг стратегии, уебсайт изработка, SEO, дигитална реклама (Google и социални мрежи), управление на профили в социалните мрежи (Facebook & Instagram).
- Агенцията работи с международни компании от различни индустрии – ИТ, туризъм, онлайн търговия, образование, хотелиерство, недвижими имоти и др. Екипът притежава специализирани познания за маркетинга в технологичния сектор (IT) и сферата на финансите (Finance/FinTech). Повече за клиентите на фирмата и успешни проекти, можете да видите в [уебсайта](#).

Основни цели на стратегията

- **Привличане на нови бизнес клиенти** за агенцията.
- **Увеличаване на разпознаваемостта** на бранда Zahara Consult в България и позициониране на агенцията като лидер в сферата на дигиталния маркетинг, предоставяща качествени услуги.
- **Ангажиране на целевата аудитория** чрез създаване на полезно съдържание и провеждане на събития (онлайн и офлайн), които да предизвикат интерес.

Дефинирайте целевата аудитория – 15 точки

1. Ясно определени демографски характеристики (5 точки)
2. Описание на интересите (5 точки)
3. Професионални характеристики (5 точки)
4. Дигитално поведение на потребителите (5 точки)
5. Правилно определяне на нуждите и проблемите (5 точки)

Дефинирайте основното стойностно предложение (Value Proposition), което ще комуникирате към целевата аудитория – 20 точки

1. Стойностното предложение е конкретно, уникално и убедително (10 точки)
2. Стойностното предложение е насочено към ползите, които целевата аудитория получава, а не само с фокус върху характеристиките на услугата/бизнеса (10 точки)

Кои маркетинг канали ще използвате, за да достигнете до целевата аудитория? – 20 точки

- Идентифицирани подходящи канали за достигане до целевата аудитория (10 точки)
- Посочена е ясна обосновка на избора на канали (10 точки)

Какви маркетинг активности бихте реализирали във всеки от посочените от вас канали, за да достигнете до целевата аудитория? Защо? - 30 точки

- Правилно определяне на активностите, подходящи за съответните канали и целевата аудитория в тях (10 точки)
- Ясно описание на вида кампания, който би се използвал с ясна аргументация на избора (10 точки)
- Пример за конкретни комуникационни/рекламни послания, които биха присъствали в посочените канали (10 точки)

Какви SMART маркетинг цели си поставяте? Как бихте проследили успеха на маркетинг кампаниите си? – 20 точки

- Посочените цели са SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) (10 точки)
- Посочени са конкретни метрики за проследяване на всяка една предложена маркетинг активност (10 точки)

Ако имате 5, 000 лв. месечен бюджет за изпълнение на избраните от вас маркетинг активности, как бихте го разпределили? Защо? – 10 точки

- На лице е приоритизация на предложените маркетинг активности и ясна аргументация за разпределението на бюджета. (10 точки)