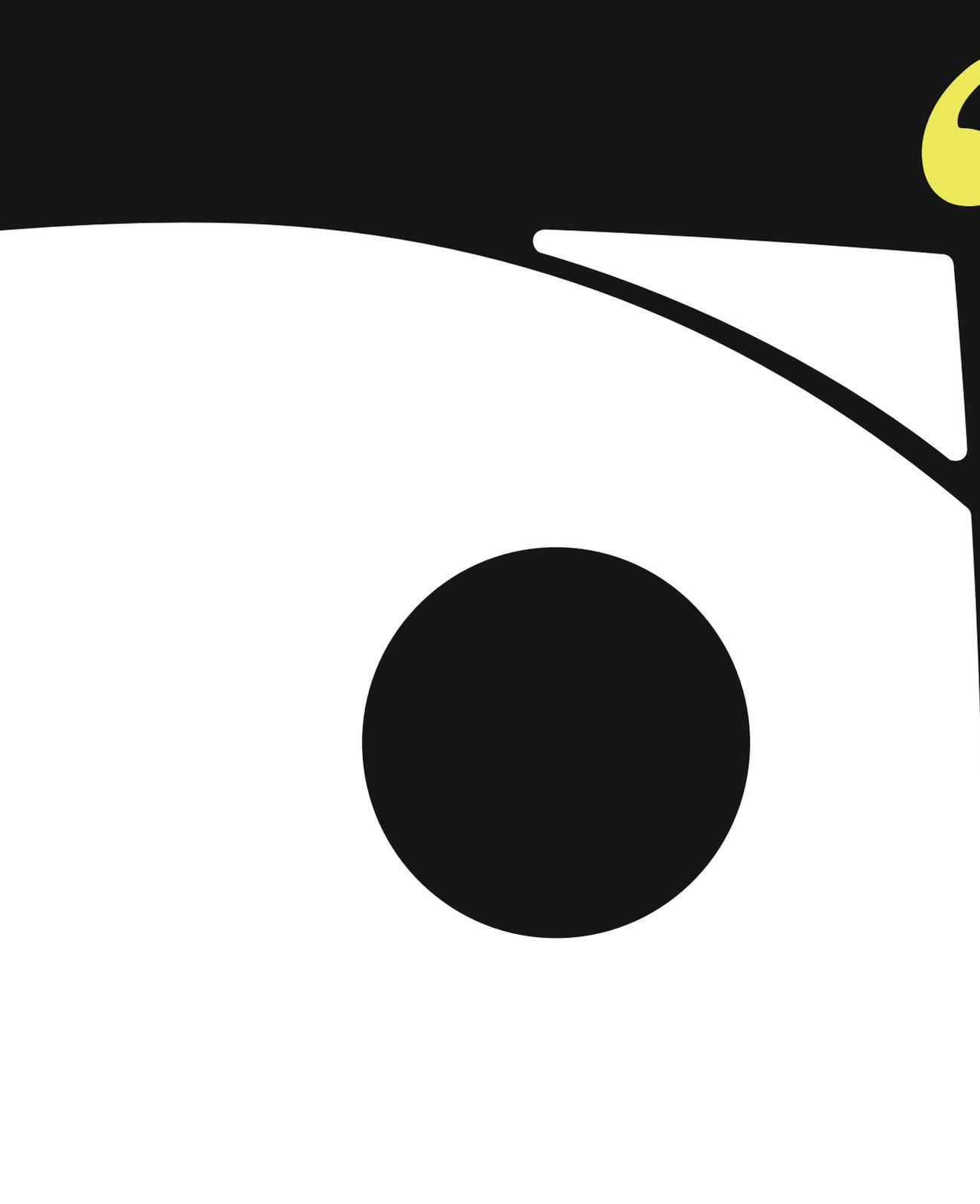


KITCHELLECT

MARKETING PLAN FOR 6 MONTHS
FOR MVP



Есть два типа людей, которые скажут вам, что вы не можете изменить мир к лучшему: те, кто боится попробовать, и те, кто боится, что вы добьетесь успеха.

Рэй Гофорт

Т
С
И
Л
Л
И
И
Д
С
Т
С



СОДЕРЖАНИЕ

POSITIONING

стр. 6

- 1.1 - Основные положения
- 1.2 - Целевая аудитория
- 1.3 - SWOT анализ
- 1.4 - Позиционирование

BRANDBOOK

стр. 10

- 2.1 - Логотип. Основная версия
- 2.2 - Логотип на фоне
- 2.3 - Логотип. Недопустимые варианты
- 2.4 - Фирменные цвета
- 2.5 - Фирменные шрифты
- 2.6 - Фирменные шрифты. Продукты

CONTENT

стр. 17

- 3.1 - Продвижение контента
- 3.2 - Баланс контента
- 3.3 - Темы контента
- 3.4 - Видео контент
- 3.5 - Оформление соцсетей
- 3.6 - Коммуникации
- 3.7 - Оформление контента

К И Т С Н Э С Т



POSITIONING

BRANDBOOK

KONTENT

1. POSITIONING

1.1 ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.2 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

1.3 SWOT АНАЛИЗ

1.4 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

1.1 ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

На начальном этапе осуществления проекта, когда продукт только начинает разрабатываться, представлять его в конечном варианте, будет преждевременно.

План продвижения проекта необходимо связать с дорожной картой выполнения самого проекта, и из этого делать маркетинговые планы с привязкой к реализуемым этапам.

Однако уже на первом этапе общей маркетинговой стратегии можно определить целевые аудитории (ЦА) по основным направлениям продвижения проекта, с которыми необходимо работать в первую очередь.

По итогу первого полугодия проекта получить информационное присутствие на всём информационном поле РФ и у русскоязычных мебельщиков зарубежных стран.

Получить обратную связь от всех целевых и дружественных аудиторий, провести анализ и выработать стратегию движения на следующие полугодия.

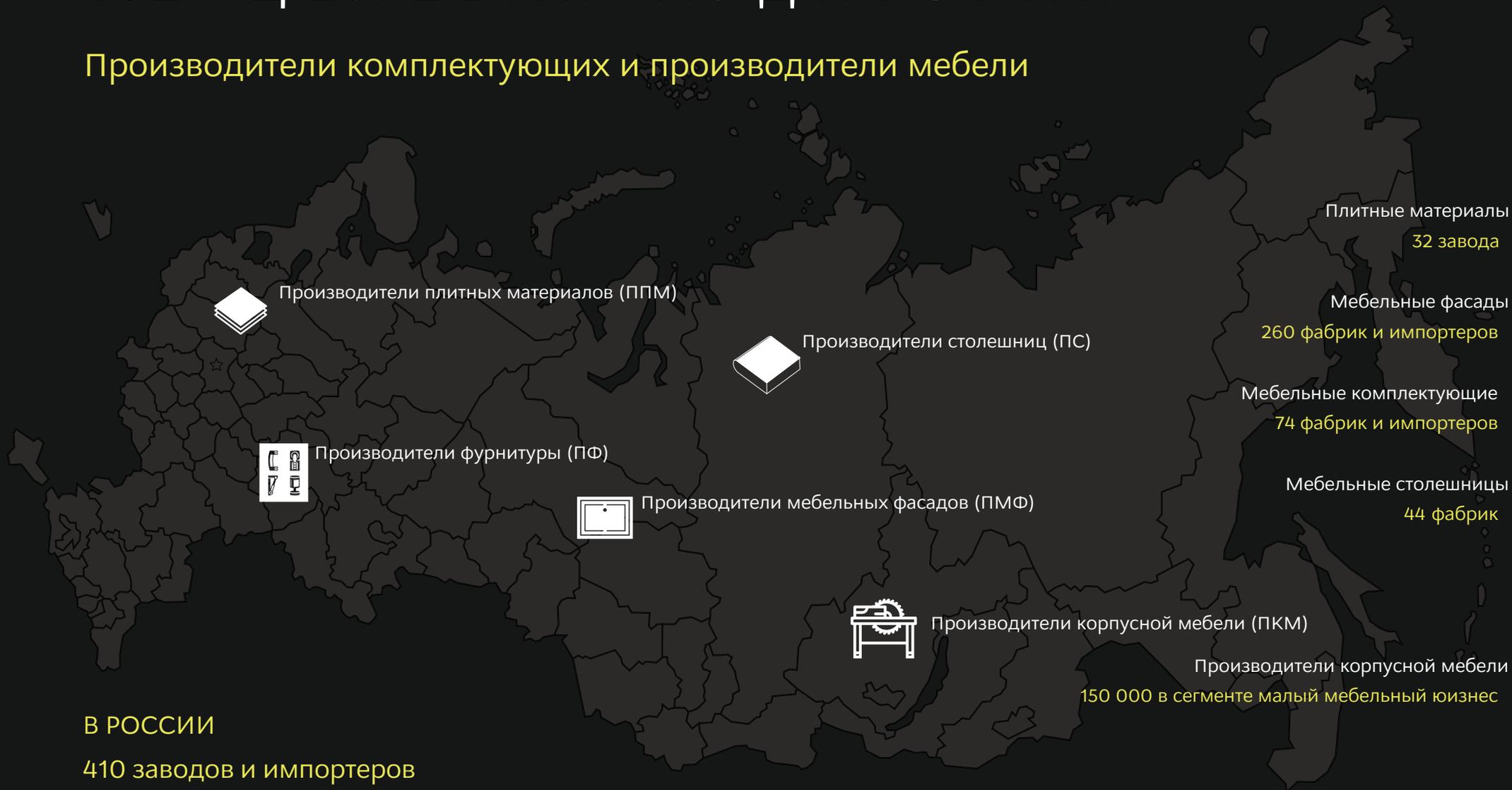
На втором полугодии проведения проекта сделать упор на демонстрацию первых демоблоков проекта и обкаткой их на подконтрольных предприятиях. Проведение анализа полученных результатов и внесение корректировок.

Расширение информационного поля как в ширину, так и в глубину.



1.2 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Производители комплектующих и производители мебели



В РОССИИ

410 заводов и импортеров

150 000 производителей корпусной мебели

в сегменте МАЛЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС

1.3 SWOT АНАЛИЗ

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

1. Разработана уникальная экосистема, с возможностью диверсификации.
2. Свой уникальный язык программирования.
3. Финансовая поддержка бизнес-ангела, положительные отзывы от целевой аудитории и институтов развития.

S

W

O

T

ВОЗМОЖНОСТИ

1. Привлечение и сотрудничество с крупными компаниями.
2. Монетизация проекта на стадии разработки за счет оказания услуг по цифровизации.

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

1. Start Up. Неизвестный и незнакомый бренд.
2. непонимание потенциальной ЦА в особенностях разработки компании.

УГРОЗЫ

1. Прекращение финансирования разработки проекта.
2. Копирование проекта конкурентами путем изучения опубликованного контента компании на этапе разработки.



1.4 ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

ЧТО?

Наша команда разрабатывает поистине революционную онлайн-платформу для автоматизации мебельных бизнес-процессов, включающая в себя три основных продукта - интеллектуальный конструктор, интернет технолог, интернет бизнес партнер.

КОМУ?

Проект KITCHELLECT необходим, как производителю мебельных материалов и комплектующих, производителю корпусной мебели, так и конечному потребителю, покупателю. Экосистема KITCHELLECT объединит их всех в одну непрерывную цепочку бизнес-процессов через CAD, BPM, MES и CRM-системы в сегменте «малый мебельный бизнес».

ГДЕ?

Это позволит всем участникам данного рынка не привязываться к одной локации, а находить себе партнеров, поставщиков, продавцов с любой точки мира, где бы не находились, даже если вы в отпуске за границей.

КОГДА?

В любой день недели и время суток у Вас будет доступ ко всей актуальной информации от поставщиков, если Вы производитель мебели, или информация о заказе, если Вы покупатель мебели. Начиная от проектирования до акта-према передачи платформа будет фиксировать все действия в режиме реального времени, что позволит следить за этапами реализации заказа.

ПОЧЕМУ?

Экосистема KITCHELLECT - это оптимизация трехмерного моделирования с оцифрованными товарами и услуг поставщиков материалов и комплектующих. Встроенный интеллектуальный конструктор исключит ошибки при проектировании, так как он имитирует производственные процессы, а на основе проектных данных встроенные интеллектуальные модули подготовят необходимые договоры, чертежи и спецификации, составят и отправят данные поставщиков, отследят поставку, рабочих и составят финансовый отчет компании. Это позволит сократить предпроизводственную стадию до 60ти раз, тем самым увеличив объем продаж в 2-3 раза.

KITCHELLECT - изобретает мебельный бизнес заново

KITCHELLECT

2. BRANDBOOK

2.1 ЛОГОТИП. ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ

2.2 ЛОГОТИП НА ФОНЕ

2.3 ЛОГОТИП. НЕДОПУСТИВЫЕ ВАРИАНТЫ

2.4 ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

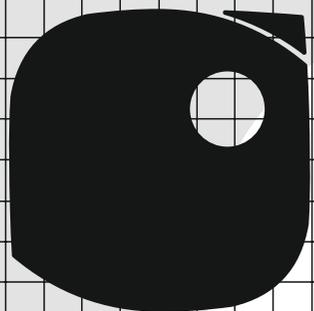
2.5 ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

2.6 ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ. ПРОДУКТЫ

2.1 ЛОГОТИП

Основная версия логотипа

Логотип платформы KITCHELLECT символизирует птенца (chicken), означающий символ первенства.



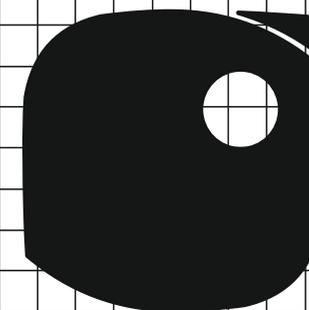
Главная надпись

Надпись представляет собою объединение двух английских слов: kitchen и intellect

KITCHELLECT

Объединенный вариант

Для главных страниц презентаций и видеопрезентаций, в том числе при анимации логотипа.



KITCHELLECT

В объединенном варианте расстояние между логотипом и надписью необходимо сохранять

2.2 ЛОГОТИП

Логотип на фоне

Логотип должен всегда оставаться контрастным фону



2.3 ЛОГОТИП

Недопустимые варианты использования логотипа



KITCHELLEST

Нельзя менять расстояние между логотипом и главной надписью



Нельзя разделять другим цветом клюв от головы



KITCHELLEST

Нельзя менять пропорции, располагать надпись справа, слева или сверху логотипа. Также запрещается использовать разные цвета.

KITCHELLEST

Нельзя раскрашивать основную надпись в разные цвета.



2.5 ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Фирменный шрифт платформы KITCHELLECT - Osnova PRO.

Osnova Pro, Regular, обычный - используется в логотипе, а также для набора текста.

KITCHELLECT

До дизайна надписи:
буквы прописные, межбуквенное
расстояние 100%

Латиница

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Цифры

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Кириллица

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш
Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

KITCHELLECT

Готовый дизайн надписи

2.6 ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Фирменный шрифт также применяется и в названии продуктов платформы. Первая буква «i» строчная, остальные прописные, межбуквенное расстояние 100%.

ДО
дизайна

Готовый
дизайн

Название
Продукта

i S O N

i S O N

Интеллектуальный конструктор

i S H O P

i S H O P

Интеллектуальный магазин

i T E C H

i T E C H

Интеллектуальный технолог

i B P

i B P

Интеллектуальный бизнес-партнер

i V R

i V R

Интеллектуальная виртуальная
реальность

3. КОНТЕНТ

3.1 ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА

3.2 БАЛАНС КОНТЕНТА

3.3 ТЕМЫ КОНТЕНТА

3.4 ВИДЕОКОНТЕНТ

3.5 ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

3.6 КОММУНИКАЦИИ

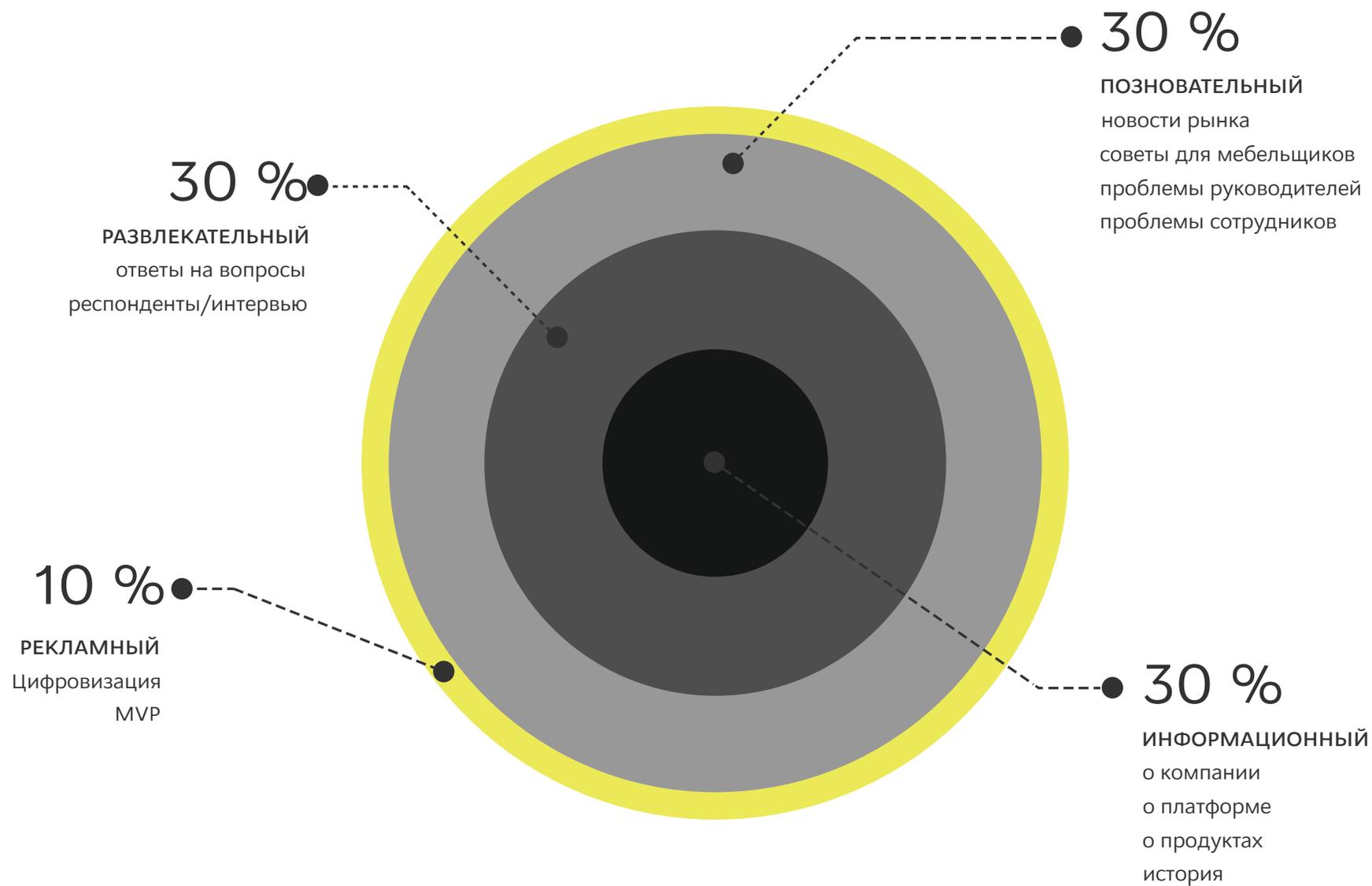
3.7 ОФОРМЛЕНИЕ КОНТЕНТА

3.1 ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА

1. На домене kitchellect.com в разделе новости в виде блога будет периодически размещаться информация о ходе работ, информация по тематике будущего проекта.
2. создание площадок в социальных сетях ОК, VK, FC, Instagram.
3. Создание видеоканалов на Ютуб и его зеркала на Рутубе по трем каналам коммуникации.
4. Создание Телеграм-канала для мебельщиков.
5. Участие в федеральных Телеграм-чатах мебельщиков.
6. Участие в региональных чатах мебельщиков на платформе Ватсап, Вайбер, Телеграм.
7. Организация Информационных стендов у фирм торгующих материалами и фурнитурой для мебели. (POS материалы).

Основным материалом продвижения проекта необходимо использовать ВИДЕОКОНТЕНТ.

3.2 БАЛАНС КОНТЕНТА





3.3 ТЕМЫ КОНТЕНТА

Примеры

ИНФОРМАЦИОННЫЙ

KITCHELLECT - три инновации для мебельного бизнеса?

iSHOP - интеллектуальный 3D магазин?

iCON - интеллектуальный конструктор мебели?

iTEAM - интеллектуальная команда KITCHELLECT?

iTECH - интеллектуальный технолог мебели?

iBP - интеллектуальный бизнес-партнер?

iVR - интеллектуальная виртуальная реальность?

ПОЗНОВАТЕЛЬНЫЙ

Мебельный бизнес это не только производство мебели, но и реализация ее .

Основной производитель мебели на заказ (кухни) является малый мебельный бизнес (ММБ)

Среднестатистический образ ММБ (микропредприятие, ИП, черный мебельщик).

Переход ММБ на аутсорсинг по раскрою и кромлению, сборочная технология.

Кадровый голод на всех уровнях ММБ.

Розничная торговля и салоны работают на старых принципах

Увеличился разрыв между производителем и потребителем во владении информацией.

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ

ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ И КОММЕНТАРИИ

РУБРИКА «ЧТО ЭТО?» - РАЗБОР ДИЗАЙНЕРСКОЙ МЕБЕЛИ

ИНТЕРВЬЮ С ДИРЕКТОРОМ КОМПАНИИ «GEOMETRY» ИРКУТСК

ОНЛАЙН-ТРАНСЛЯЦИЯ. ОТВЕТЫ В ПРЯМОМ ЭФИРЕ.

ОБЗОР ИГРОВЫХ ДВИЖКОВ В АРХИТЕКТУРЕ

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В АРХИТЕКТУРЕ

ПРИМЕР ПРОЕКТА МЕБЕЛИ В ИГРОВЫХ ДВИЖКАХ

РЕКЛАМНЫЙ

Оцифровка мебельных материалов и комплектующих

3D-конфигуратор фасадов. Замена бумажных каталогов игровыми движками.

3.4 ВИДЕОКОНТЕНТ

Презентационный видеоконтент. Цель - представить компанию, ее историю, платформу и продукты компании.

ПЕРИОДИЧНОСТЬ - РАЗ В НЕДЕЛЮ. ДО 10 МИНУТ.



СВЕЯЩАЯСЯ ДОСКА С МАРКЕРАМИ

Lightboard позволяет объединить работу на доске со съемкой видео без последующего редактирования. Рисование эскизов, схем, графиков, текстов - совмещается с записью видео. Разнообразит любой вид контента как развлекательный, так и обучающий.

3.4 ВИДЕОКОНТЕНТ

Развлекательный видеоконтент. Цель - ответы на вопросы, прямые эфиры, интервью, обзоры.

ПЕРИОДИЧНОСТЬ - РАЗ В НЕДЕЛЮ. ОТ 3 до 30 МИНУТ.



ЛИСТЫ ШУМОИЗОЛЯЦИИ
+ ЛЮБОЙ ЦВЕТ НА ФОН

Особенно если речь идет про прямые эфиры и видео в социальных сетях, то важно помнить о том, что пользователь скролит ленту и важно, чтобы наше видео выделялось в общей массе картинок и видео. Хороший свет, яркие цвета, интересные предметы на фоне — то, что даст нам интересную картинку.

3.4 ВИДЕОКОНТЕНТ

Познавательный видеоконтент. Цель - новости рынка, советы мебельщикам, проблемы руководителей и сотрудников и наши рекомендации.

ПЕРИОДИЧНОСТЬ - РАЗ В НЕДЕЛЮ. ДО 3 МИНУТ.



ОДНОТОННЫЙ СЕРЫЙ ФОН

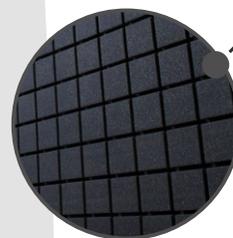
Однотонный фон подходит для роликов, цель которых – профессионально донести конкретную информацию. Он удобен тем, что не требует больших затрат на спонтанные ролики.

3.4 ВИДЕОКОНТЕНТ

Студия для производства видеоконтента.



СВЕТЯЩАЯСЯ ДОСКА
С МАРКЕРАМИ



ППУ АКУСТИК
АКУСТИЧЕСКИЙ ПОРОЛОН



ОБЪЕКТИВ
Sony E 18-105mm f/4 G OSS PZ



ФОТОАППАРАТ
SONY a6400



ПЕТЛИЧНАЯ
РАДИОСИСТЕМА
Comica
CVM-WM100 Plus



ВИДЕОШТАТИВ
Kingjoy
VT-2500+VT3510



КОМПЛЕКТ ПОСТОЯННОГО СВЕТА
FST-001 KIT

3.5 ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

ВКонтакте



kitchen INTELLECT

3d онлайн-платформа мебельного бизнеса

Подробнее



Вы участник

МУЛЬТИССЫЛКА

Информация



А ЕСЛИ МЫ СКАЖЕМ,
что сложное управление бизнес-процессами в производстве мебели, вскоре
станет самым простым, не сложнее управления бизнес-процессом
производства семечек?

А что, если тебе покажут в действии конструктор, в котором:
[Показать полностью...](#)



Рекомендовать



Включить уведомления



Рассказать друзьям



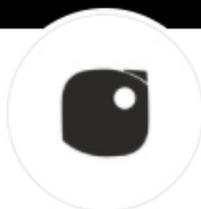
Пригласить друзей



Ещё

3.5 ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

Facebook



Kitchen intellect

@kitchellect · Товар/услуга

Подробнее



МУЛЬТИССЫЛКА

kitchellect.pulse.is

Главная

Фото

Ещё ▾

Нравится

Сообщение



Информация

Все

3d онлайн платформа по управлению мебельным бизнесом

13 чел. поставили "Нравится", в том числе 8 из ваших друзей



ПРИКРЕПЛЕННАЯ ПУБЛИКАЦИЯ

Kitchen intellect
25 мая · 🌐

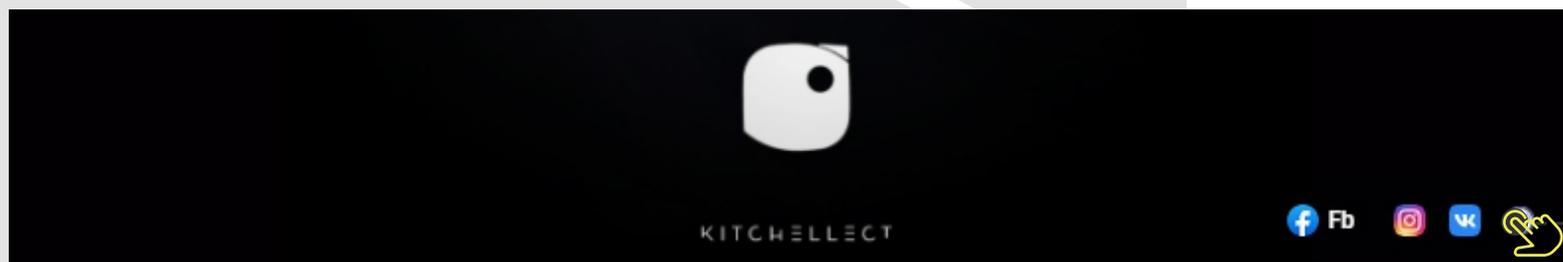
Приветствую, коллеги 😊 Давненько меня не было...

И хотелось бы затронуть тему фасадов!

Какая же кухня без фасадов? Та никакая, за исключением некоторых стилей. Ещё

3.5 ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

Youtube



МУЛЬТИССЫЛКА



kitchen INTELLECT

4 подписчика

ВЫ ПОДПИСАНЫ



ГЛАВНАЯ

ВИДЕО

ПЛЕЙЛИСТЫ

КАНАЛЫ

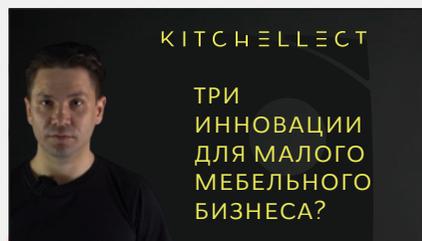
ОБС



Все видео

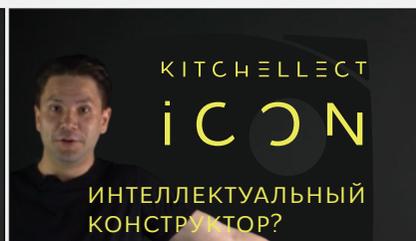


ВОСПРОИЗВЕСТИ ВСЕ



ТРИ ИННОВАЦИИ
ДЛЯ МАЛОГО МЕБЕ...

33 просмотра • 3 месяца назад



ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
КОНСТРУКТОР? | КИ...

22 просмотра • 3 месяца назад

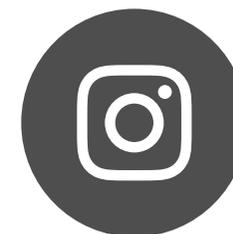


ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
ТЕХНОЛОГ? | КИТС...

10 просмотров •
5 месяцев назад

3.5 ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

Instagram



МУЛЬТИССЫЛКА



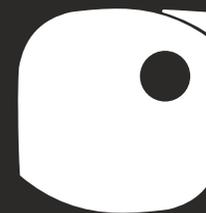


3.5 ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

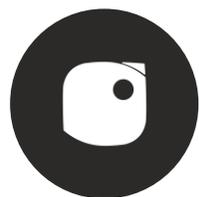
Варианты цветовых решений



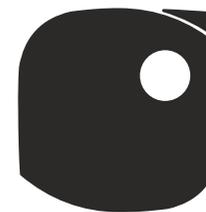
KITCHELLECT



KITCHELLECT



KITCHELLECT



KITCHELLECT

К
И
Т
Ч
Е
Л
Л
Е
К
Т

3.6 КОММУНИКАЦИИ

Мультиссылка

Telegram сообщество



KITCHELLECT
3d онлайн-платформа
мебельного бизнеса
STARTUP

Telegram group

YouTube

Instagram

Vkontakte

Facebook

Перейти на сайт

Написать

Часто задаваемые вопросы

KITCHELLECT
1 814 участников

Закреплённое сообщение
#Вебинар от «МИР» №46 «Как успешно продавать мебель в магазине без рекламного бюджета» 28 сен...

Dmitry Shemenko
Очень хорошая будет вокруг 2 , на каждую кровать...
Коллеги, запутали меня окончательно 😂😂😂 19:04

Elmira
Dmitry Shemenko
Очень хорошая будет вокруг 2 , на каждую кровать 2 матрас...
Высокий показатель у вас. У меня на каждые 2 кровати 1 матрас.. 19:07

Алексей Лопухин
Коллеги, запутали меня окончательно 😂😂😂
Алексей, я про конверсию кроватей/матрасам) 19:09

Для корпусных компаний, где матрас не является основным ассортиментом, по рынку какая норма?) 19:09

Алексей Лопухин (владелец)
Elmira
Высокий показатель у вас. У меня н...
00:52, 201.0 KB 19:10

Elmira
Ок спасибо, понятно 19:11

Написать сообщение...



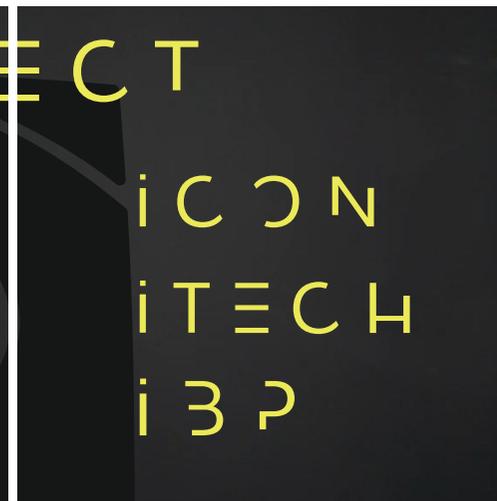
3.7 ОФОРМЛЕНИЕ КОНТЕНТА

Пример оформления контента: посты и видеозаставки

ВЕЗДЕ



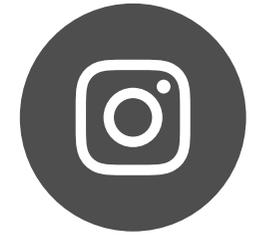
INSTAGRAM



KITCHELLECT



3.7 ОФОРМЛЕНИЕ КОНТЕНТА



INSTAGRAM. ТРИ ПОСТА ПО ОДНОЙ ТЕМЕ



ФОТО ●

ПОД ПОСТОМ ТЕКСТ ИЗ
ПЕРВОЙ ЧАСТИ СЦЕНАРИЯ

#ХЭШТЕГИ

ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ

ВИДЕО IGTV
(ТИЗЕР) ●

ПОД ПОСТОМ ТЕКСТ ИЗ
ВТОРОЙ ЧАСТИ СЦЕНАРИЯ

#ХЭШТЕГИ

ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ

● СЛАЙДЫ

ПОД ПОСТОМ ТЕКСТ ИЗ
ТРЕТЬЕЙ ЧАСТИ СЦЕНАРИЯ

#ХЭШТЕГИ

ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ

К
И
Т
Ч
Е
Л
Л
Е
С
Т



3.7 ОФОРМЛЕНИЕ КОНТЕНТА

Дорожная карта постинга

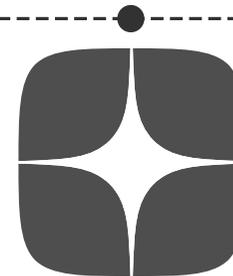
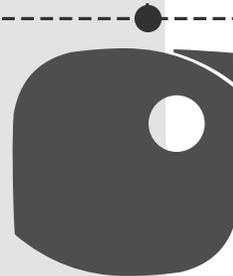


ВИДЕО МАТЕРИАЛ

КОРОТКИЕ ВИДЕО (ТИЗЕР)



ОСНОВНЫЕ ВИДЕО



К
И
Т
Ч
Е
Л
Л
Е
С
Т



KITCHELLECT

MARKETING PLAN FOR 6 MONTHS
FOR MVP

Russia
Usolye-Sibirskoe

☎ +7 950 125 22 85

✉ ceo@kitchellect.com

🌐 kitchellect.com