**Портрет клиента и описание продукта**

|  |  |
| --- | --- |
| Целевой сегмент  | Мужчины-женщины от 25 до 60, кто затеял ремонт, дизайнеры, застройщики, строительные бригады. Заработная плата от 500 000 тг/месяц |
| Проблематика клиента(боль) | * Профессиональный подбор напольного покрытия
* Качество товара
* Наличие и сроки поставки
* Паркетные и инженерные доски
* Надежность и порядочность салона
 |
| Продукт (решение)  | Мы являемся официальным дилером европейских производителей напольных покрытий. |
| Как продукт решаетпроблему (удовлетворяетпотребность)? | * Благодаря профессиональной консультации по напольным покрытиям мы не просто продаем, а помогаем подобрать подходящий пол для клиента.
* За счет большого количества ассортимента и образцов в салоне мы даем клиенту обширный выбор.
* За счет налаженной системы поставок, мы в срок доставляем клиенту их покупки.
* Эксклюзив на некоторые бренды. Нет аналогов в городе.
 |

**Альтернативы, имеющиеся у клиентов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ПРЯМЫЕКОНКУРЕНТЫ | Преимущества  | Недостатки |
| **1 Мир Пола** | * Отличный ассортимент
* Хороший маркетинг и реклама
* Сеть салонов. Филиал в г. Атырау
* Презентабельный салон
* Местоположение
 | * Основной акцент на ламинат
 |
| **2 Маэстро Ламинат** | * Наличие склада в г. Атырау
* Хороший ассортимент
* Местоположение
 | * Основной акцент на ламинат
 |
| **3 Мастер Дом** | * Дешевая цена
* Большой склад в г. Атырау
* Ориентир на масс-маркет
 | * Постоянный дефицит товара по количеству за счет ориентира на масс маркет
* Нет паркетной доски в ассортименте
 |

**Альтернативы, имеющиеся у клиентов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Альтернатива  | Преимущества  | Недостатки |
| **Линолеум** | * Дешевый;
* Всегда в наличии;
* Легкая укладка.
* Мягкая на тактильность
 | * Не актуальна сейчас
* Не эстетично смотрится
* Не износостойкая
 |
| **Керамогранит** | * Фактура повторяющее дерево
* Большие форматы размеров.
 | * Холодная поверхность. Обязателен «теплый пол»
* Твердая поверхность. Если уронить посуду, сразу можно разбить.
* Сложная укладка клеевым способом.
 |

**КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ
Дифференциация (добавочная ценность)**

 **• Профессиональная консультация по выбору напольного покрытия.** Мы не просто продаем товар клиенту, но помогаем с выбором подходящего напольного покрытия за счет профессионального обучения наших менеджеров

**• Акцент на натуральность. Наша миссия привнести в каждый дом натуральность.** В нашем салоне мы представляем отличный выбор по инженерным и паркетным доскам. Они относятся к натуральным напольным покрытиям.

**• Лояльность к клиенту.** Мы всегда готовы помочь клиенту на всех этапах и даже после установки напольного покрытия.

 **Фокусировка**

• **Ориентир на премиум сегмент.** Мы реализуем товары только премиального сегмента. Что дает преимущество перед нашими конкурентами.

**Каналы привлечения клиентов**

|  |  |
| --- | --- |
| Интернет-каналы  | **Продвижение мастер-классов:**o Контекстная реклама в Google Adwords + ремаркетинг.o Таргетированная в Facebook, Instagram.o Использование посадочных страниц для повышения конверсииo Билбордыo SMM |
| Экспертныймаркетинг и PR | * Ведение блога в Instagram
* Участие и выступления на различных мероприятиях по Бизнесу.
 |