**1. Цели маркетинга**

* **Привлечение пользователей**: Получить 10,000 активных пользователей в первые 6 месяцев после запуска.
* **Рост подписок**: Привлечь 10% пользователей на платные премиум-подписки к концу первого года.
* **Привлечение работодателей**: Заключить не менее 50 контрактов с компаниями и работодателями для размещения вакансий и менторских программ.
* **Увеличение узнаваемости бренда**: Создать узнаваемость платформы как ведущей площадки для карьерного развития с использованием ИИ.

**2. Анализ целевой аудитории**

**Основные сегменты**

* **Студенты и выпускники**: Эти пользователи ищут карьерные возможности и платформы, которые помогут им начать профессиональную деятельность.
* **Молодые специалисты**: Они хотят улучшить свои профессиональные навыки и перейти на следующую ступень карьеры.
* **Опытные специалисты**: Люди, стремящиеся сменить карьеру или развить свои навыки для продвижения по службе.
* **Работодатели**: Компании, которые ищут таланты и готовы платить за премиум-услуги (рекрутинг, менторские программы и профессиональное развитие сотрудников).

**3. Маркетинговые каналы**

**3.1. Цифровой маркетинг**

**3.1.1. SEO (Search Engine Optimization)**

* **Цель**: Привлечение органического трафика на платформу через поисковые системы.
* **Стратегия**:
  + Оптимизация контента платформы для поисковых систем с акцентом на ключевые запросы, связанные с карьерным ростом, онлайн-образованием и трудоустройством.
  + Создание блога с полезными статьями, связанными с карьерным развитием, советами по работе, навыкам и учебным курсам.
  + Использование долгосрочных ключевых запросов (например, "лучшие курсы для программистов" или "как сменить карьеру").

**3.1.2. Контент-маркетинг**

* **Цель**: Укрепление экспертного статуса платформы и вовлечение пользователей через создание полезного контента.
* **Стратегия**:
  + Публикация статей и гайдов по карьерному росту, успешным кейсам пользователей и менторству.
  + Создание видеоуроков и вебинаров, посвященных карьерному планированию и развитию навыков.
  + Постоянное обновление блога с историями успеха пользователей платформы, где рассказывается о том, как платформа помогла в развитии карьеры.

**3.1.3. SMM (Social Media Marketing)**

* **Цель**: Привлечение аудитории через социальные сети и создание комьюнити.
* **Стратегия**:
  + Активное присутствие на платформах **LinkedIn**, **Facebook**, **Instagram** и **Twitter**.
  + Регулярное размещение контента, связанного с карьерой, учебой, успешными историями пользователей и рекомендациями по профессиональному развитию.
  + Запуск рекламных кампаний на **LinkedIn Ads** и **Facebook Ads**, таргетированных на студентов, специалистов и рекрутеров.
  + Вовлечение аудитории через опросы, квизы и комментарии для улучшения взаимодействия и удержания.

**3.1.4. PPC (Pay-per-click) реклама**

* **Цель**: Привлечение трафика через платные рекламные кампании.
* **Стратегия**:
  + Запуск **Google Ads** с таргетингом по ключевым запросам, связанным с карьерным развитием, поиском работы и онлайн-курсами.
  + Создание объявлений, которые приводят пользователей на лендинг платформы с предложением зарегистрироваться или получить бесплатный доступ к пробным услугам.

**3.2. Партнерства**

**3.2.1. Партнерства с образовательными платформами**

* **Цель**: Привлечение пользователей, заинтересованных в онлайн-обучении и карьерном росте.
* **Стратегия**:
  + Заключение партнерских соглашений с платформами, такими как **Coursera**, **Udemy**, **edX** для предоставления интеграций их курсов на платформе.
  + Партнерство с университетами и колледжами для привлечения студентов, предлагая специальные тарифы или бесплатные менторские программы.

**3.2.2. Партнерства с работодателями**

* **Цель**: Привлечение компаний, которые будут использовать платформу для поиска кандидатов и развития сотрудников.
* **Стратегия**:
  + Предложение работодателям доступа к премиум-услугам по размещению вакансий и программ профессионального развития.
  + Создание программ для работодателей по подготовке студентов и молодых специалистов, с возможностью предложить им работу после завершения курсов.

**4. Стратегия удержания пользователей**

**4.1. Программа лояльности и реферальная система**

* **Цель**: Удержание текущих пользователей и привлечение новых через существующих клиентов.
* **Стратегия**:
  + Внедрение реферальной программы, где пользователи получают бонусы или бесплатные месяцы премиум-подписки за приглашение новых пользователей.
  + Бонусы за активное использование платформы, такие как скидки на курсы или консультации с менторами за выполнение карьерных целей (например, завершение курсов или обновление резюме).

**4.2. Геймификация**

* **Цель**: Повышение вовлеченности и мотивации пользователей.
* **Стратегия**:
  + Внедрение геймификационных элементов, таких как система очков за выполнение задач (например, завершение курсов, участие в менторских сессиях), которые можно обменивать на бонусы.
  + Организация челленджей и конкурсов с карьерными целями, где пользователи могут соревноваться друг с другом, выполняя задания по развитию навыков.

**5. План выхода на рынок (Go-to-market strategy)**

**Этап 1: Привлечение первых пользователей (1-6 месяцев)**

* **Таргетинг на студентов и молодых специалистов** через образовательные платформы и социальные сети.
* **Запуск рекламных кампаний** на LinkedIn и Google Ads с предложением бесплатного пробного доступа к премиум-услугам.
* **Создание партнерских программ с университетами**, предлагая их студентам специальные условия для использования платформы.

**Этап 2: Увеличение пользовательской базы и привлечение работодателей (6-12 месяцев)**

* **Расширение рекламных кампаний** с акцентом на опытных специалистов и работодателей.
* **Активное привлечение работодателей** через LinkedIn и другие профессиональные сети для публикации вакансий и программ стажировок.
* **Запуск реферальной программы** для пользователей, стимулирующей их к приглашению друзей и коллег.

**Этап 3: Масштабирование (12-18 месяцев)**

* **Запуск мобильного приложения** для увеличения вовлеченности пользователей.
* **Расширение партнерств с образовательными платформами** для интеграции большего количества курсов и сертификационных программ.
* **Участие в профессиональных конференциях и выставках**, чтобы привлечь внимание к платформе со стороны крупных компаний и рекрутеров.

**6. Метрики и показатели эффективности (KPI)**

* **Привлечение пользователей**: Количество новых регистраций ежемесячно.
* **Конверсия в премиум-подписки**: Процент пользователей, которые переходят с бесплатной на платную подписку.
* **Активность пользователей**: Среднее количество действий пользователей на платформе (поиск вакансий, завершение курсов, участие в менторских сессиях).
* **Удержание пользователей**: Процент пользователей, которые продолжают использовать платформу через 6 и 12 месяцев после регистрации.
* **Реферальная активность**: Количество новых пользователей, привлеченных через реферальную программу.

**7. Бюджет маркетинговых расходов**

**Реклама в интернете (Google Ads, LinkedIn Ads): $10,000 в месяц на запуске.**

**SMM и контент-маркетинг: $5,000 в месяц на создание контента и продвижение в социальных сетях.**

**Партнерства: $20,000 в год для заключения соглашений с университетами и образовательными платформами.**

**Реферальные программы и бонусы: $10,000 в год на вознаграждение пользователей за привлечение новых клиентов.**