



Matis & Mary

Бізнес-архітектура

Хто ми? Які наші результати?

«Matis&Mary» — бізнес-маркетингове агентство, яке приносить реальний результат, допомагає бізнесу створювати імідж та філософію продукту.

Ми надаємо комплексні послуги для бізнесу:

- ❖ з розвитку бренду;
- ❖ аналізу і позиціювання;
- ❖ просування бізнесу;
- ❖ маркетингу;
- ❖ створення сайтів;
- ❖ СММ;
- ❖ дизайну;
- ❖ бізнес-аналітики.
- ❖ тощо...



Хто ми? Які наші результати?

Працюємо з різними нішами, продаємо послуги онлайн і офлайн, а також:

- ❖ збільшуємо впізнаваність бренду;
- ❖ підвищуємо лояльність споживачів;
- ❖ підвищуємо конверсію;
- ❖ вибудовуємо модель двосторонньої комунікації зі споживачами;
- ❖ виявляємо ЦА, яка купує продукт.

Несемо репутаційну відповідальність за нашу роботу, маємо такі результати:

- ❖ 82% наших контрагентів стають постійними;
- ❖ наші проекти з бізнес-архітектури допомогли реалізуватись понад 40 брендам;
- ❖ з нашими контрагентами ми партнери, а не випадкові підрядники.



Що таке БА і навіщо вона потрібна?

Бізнес-архітектура — система і дисципліна продукту, який утвориться в форматі бізнесу, тобто для вироблення блага у подальше масштабування, реінвестиції у проект і забезпечення особистих потреб власника.

БА являється авторською розробкою власника агентства.

БА складається з моделі розвитку, яка базується на цінностях, філософії, стратегії розвитку і довгострокових бізнес-цілей. Визначає структуру, особливості організації, вибудовує схему каналів продажу і створює функціональну модель підприємства. Це є дорожня мапа розвитку всіх ваших бізнес-процесів або конкретного напрямку.



Схема розвитку проекту

Основною задачею є надання відповідей на питання:

- 1) **ЩО** таке наш бізнес?
- 2) **ЯКІ** є варіанти його розвитку?
- 3) **ЯК** його необхідно впровадити?
- 4) **ЯКА** система забезпечує бізнес?
- 5) **ЯКА** філософія нашої діяльності?



Після повного вивчення проекту ми створюємо бізнес-архітектуру, яка передбачає комплексний аналіз стану на теперішній момент і визначення можливостей для розвитку в перспективі.

Для кожного проекту створюється індивідуальна схема розвитку, яку визначає відділ з 3-х спеціалістів на підставі професійного досвіду і наявного стану розвитку продукту, задач власника, проблематики бізнесу.



Схема діяльності



Проводимо брифування

Зіздвонюємось/зустрічаємось з вами, визначаємо цілі, бюджет, строки виконання роботи. На цьому етапі бажано, щоб ви дали максимально повну інформацію про ваш бізнес.



Складаємо план роботи

План роботи визначається індивідуально, залежно від цілей проекту, ніші.



Робота над проектом

Проводимо детальний аналіз продукту, ЦА, конкурентів, який включає попередню оцінку проекту. Комплексно вивчаємо задачу, продукт.

З якими сферами ми працювали:

- ❖ Розважальна сфера
- ❖ Особистий бренд
- ❖ Ніша одягу
- ❖ Психологія



- ❖ Спортивна тематика
- ❖ Ювелірна сфера
- ❖ Сфера краси
- ❖ Клуб/кафе настільних ігор

Чому ми зможемо працювати з вашою сферою?

- ✓ Успішно виконали понад 40 проектів зі створення БА і вміємо знаходити індивідуальний підхід до кожної сфери бізнесу за авторською методикою.
- ✓ Комплексно аналізуємо не лише окремий аспект вашої справи, а надаємо *цілісну картину поточного стану проекту, окреслюємо перспективи, розробляємо філософію продукту.*



Що предметно вам дасть БА

Замовивши послугу по її створенню, ви отримуєте не тільки план розвитку.

- Професійний брендинг, позиціювання бренду.
- Стратегію медіапросування бренду.
- План з покращення бізнес-процесів компанії.
- ! Предметні дії як і що втілити з вашим бюджетом, термінами !

Тобто отримаєте унікальну БА, яка створена спеціально для вас, з урахуванням особливостей вашого проекту: ваших цінностей, бізнесу, продукту, фінансів. Як показує практика, лише за такого підходу можна отримати високий результат.

Система, не хаос.





КЕЙСИ

Кейс — український бренд одягу «HOME DIVA»

Зміст: магазин якісного багатофункціонального одягу, що однаково пасує як для дому, так і для вулиці, проте відсутній продукт. Тобто запуск бізнесу з фундаменту.

Задача: побудова бренду, який одразу утвориться в форматі бізнесу, тобто для заробітку фінансового блага у подальше масштабування, реінвестицій у проект і забезпечення особистих потреб власника.

Інструменти: провели дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, аналіз ринку, SWOT-аналіз, зібрали правові документи, що регулюють діяльність магазину одягу.

Результат: концепція філософії бренду і бізнес-план для створення виробництва, запуску просування.



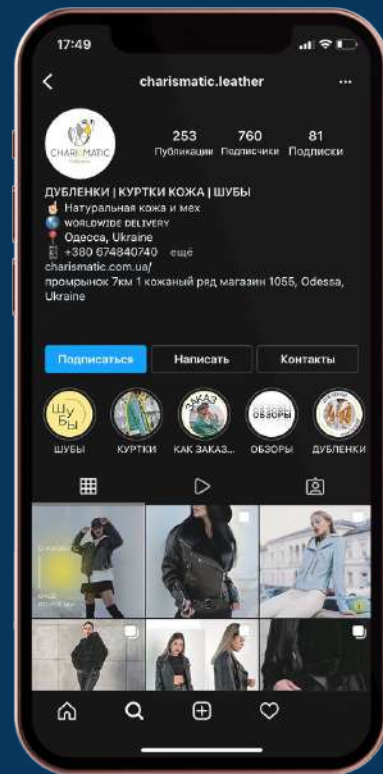
Кейс — бренд виробів зі шкіри і хутра «Charismatic»

Зміст: магазин натурального верхнього одягу з успішною офлайн точкою, але слабким просуванням у мережі. Неактивна аудиторія, відсутність взаємодії між брендом і споживачами на сторінці.

Задача: побудова бренду (системи виходу бізнесу в онлайн з нарощуванням основної долі продажів без прив'язки до офлайну), яка одразу утвориться в форматі бізнесу (автоматизованої діяльності).

Інструменти: провели дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, позиціонування, аналіз ринків збуту, розробили Tone of Voice, SWOT-аналіз і створили бізнес-модель.

Результат: повний аналіз і бізнес-модель — гіпотезу подальшого розвитку в соцмережах.



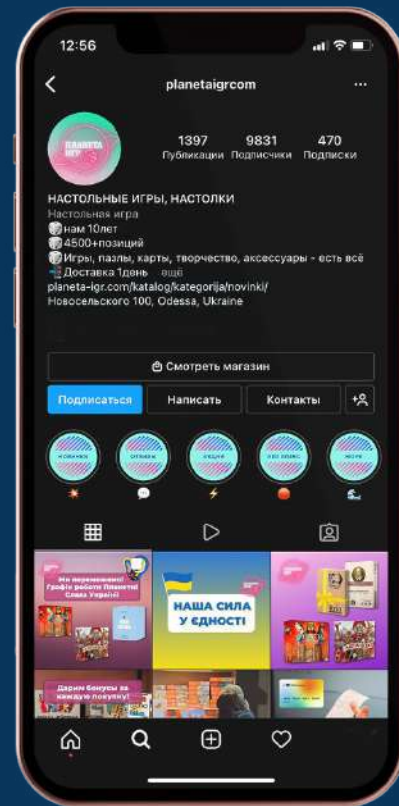
Кейс — кафе/клуб/коворкінг «Планета ігор»

Зміст: офлайн кафе/клуб/коворкінг зі своєю філософією, проте недостатньо представлений онлайн, низька заохоченість аудиторії і відсутність контент-стратегії. Реальний ризик закриття проекту «кафе».

Задача: конструювання моделі ефективного розвитку бізнес-процесів для уникнення ризику «прогорання».

Інструменти: дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, позиціювання, розробка Tone of Voice, створення контент-стратегії, візуальне рішення.

Результат: готова стратегія для соцмереж з бізнес-аналітикою, позиціюванням для подальшого розвитку.



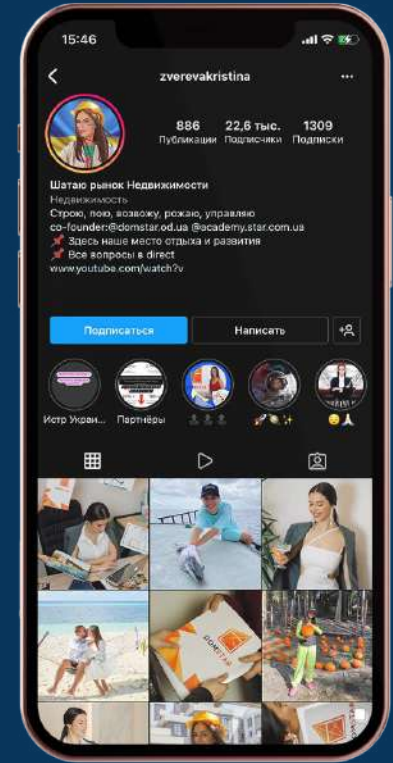
Кейс — особистий бренд експерта з Одеси в тематиці нерухомість Христина Зверева

Зміст: на стартовому етапі особистий акаунт Зверевої Христини в інстаграмі (22 000+ підписників), низьке позиціонування, відсутність єдиної візуалізації.

Задача: побудова бренду, який одразу утвориться в форматі публічного заохочення, дії та ім'я, тобто для заробітку блага «впізнаваності», поляризованості в Одесі з подальшим масштабуванням на Київ — Україну — світ.

Інструменти: дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, позиціонування, розробка Tone of Voice, створення контент-стратегії, маркетингове планування, розвиток бренду офлайн і онлайн, візуальне рішення.

Результат: готова бізнес-стратегія для просування в соцмережах і подальшого розвитку.



Кейс — салон краси

Зміст: салон краси представлений офлайн і в соцмережах, велика кількість не цільової аудиторії у профілі, є проблеми з сервісом, відсутність стратегії просування.

Задача: зміна структури роботи салону краси, що забезпечує людям можливість отримати якісні послуги манікюру і нарощування вій, у приємній для себе атмосфері.

Інструменти: аналіз стану проекту, дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, позиціювання.

Результат: бізнес-стратегія для покращення структури салону краси.



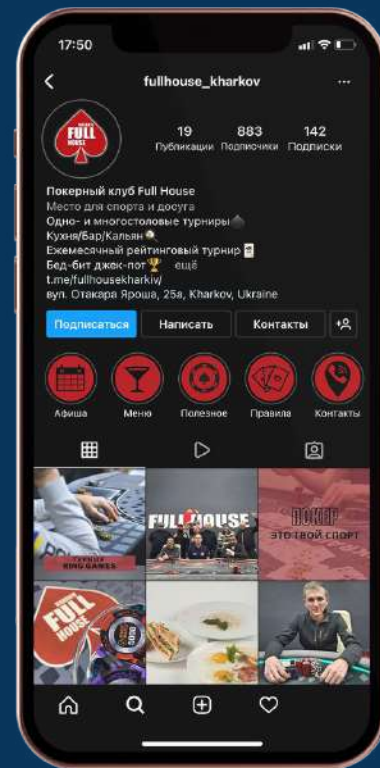
Кейс — покерного клубу «FULL HOUSE»

Зміст: наявна офлайн аудиторія покерного клубу, але відсутня стратегія взаємодії з аудиторією онлайн.

Задача: вивести стратегію просування для стабільно працюючого проекту з градацією по підйомах якісного і кількісного рівня. Збільшення відомості клубу в онлайн просторі (соцмережах) з подальшим переведенням споживачів в офлайн заклад.

Інструменти: оцінка стану проекту, дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, позиціювання, розробка Tone of Voice, створення контент-стратегії, розвиток бренду офлайн, візуальне рішення.

Результат: комплексно проаналізували особливості продукту і створили медійну стратегію розвитку бізнесу.



Кейс — особистий бренд ювеліра Наталії

Зміст: продукт — ювелірні прикраси, відсутня площадка діяльності у вигляді особистого акаунту в інстаграмі робочого типу, немає комунікації зі споживачем.

Задача: створення бізнес-концепції особистого бренду Наталії.

Інструменти: аналіз ЦА, конкурентів, брендинг, позиціювання, розробка Tone of Voice, створення контент-стратегії.



Результат: повний проект бізнес-архітектури ювелірного бренду Наталії, позиціювання, брендинг, медійний план розвитку.

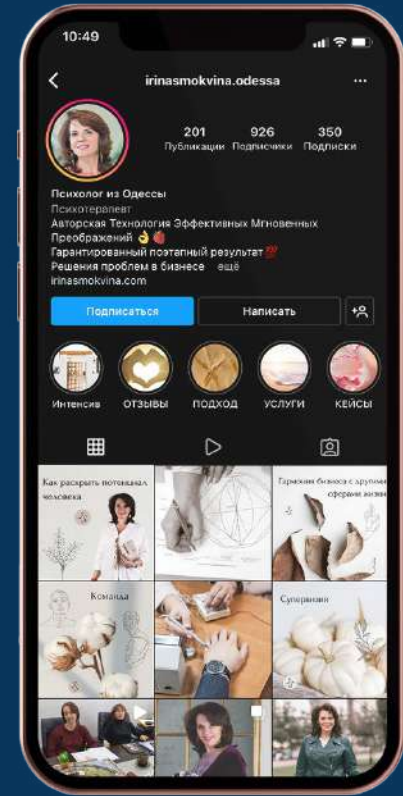
Кейс — особистого бренду Ірини Смоквіна

Зміст: профіль особистого бренду психолога Ірини Смоквіна в соцмережах, проте недостатньо висвітлена експертність Ірини, відсутня впізнаваність. Пацієнти не приходять із соцмереж. Немає довіри до Ірини як до експерта.

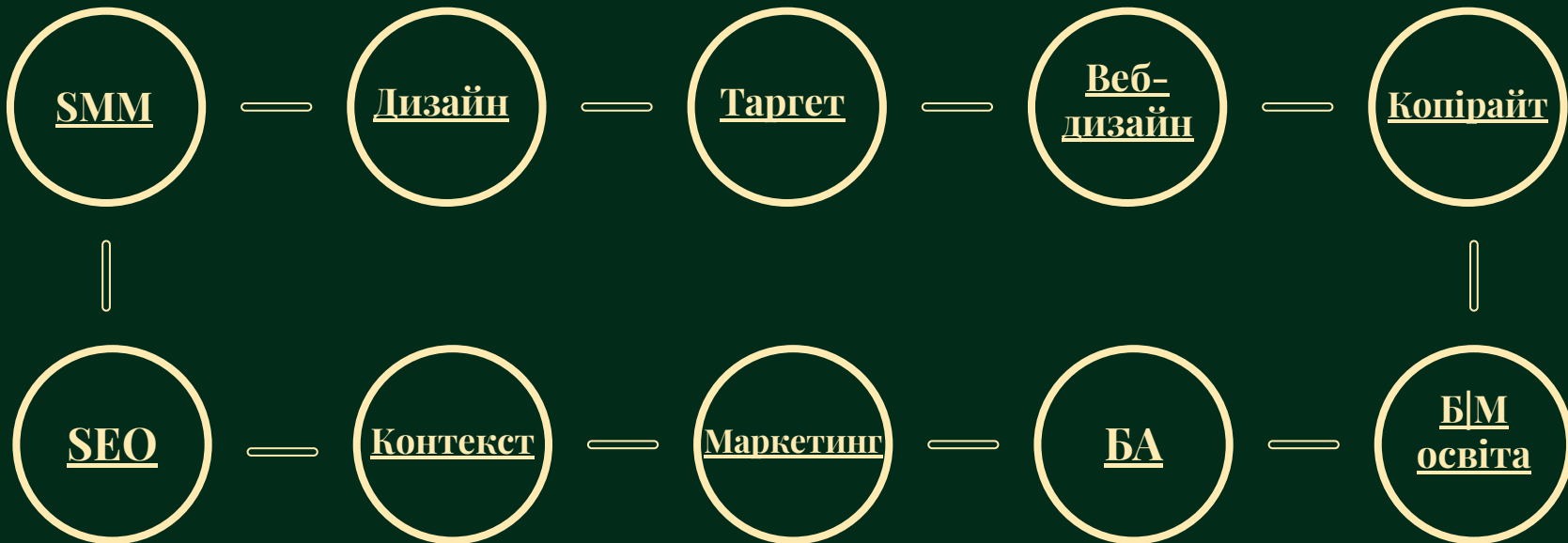
Задача: створити бізнес-структуру бренду, яка б покращувала впізнаваність на ринку.

Інструменти: дослідження ЦА, аналіз конкурентів, брендинг, позиціювання, розробка Tone of Voice, аналіз ринку, SWOT-аналіз, створення бізнес-моделі, візуальне рішення.

Результат: бізнес-модель для розвитку бренду, надали рекомендації щодо медійного просування.



Натискайте, щоб дізнатися більше





КОНТАКТИ

Номер (телеграм): +38(093) 342-16-11

[Інстаграм](#)

[Фейсбук](#)

[Телеграм](#)

Пошта: homingpigeonforwork@gmail.com



Matis & Mary

Ми готові, а ви?