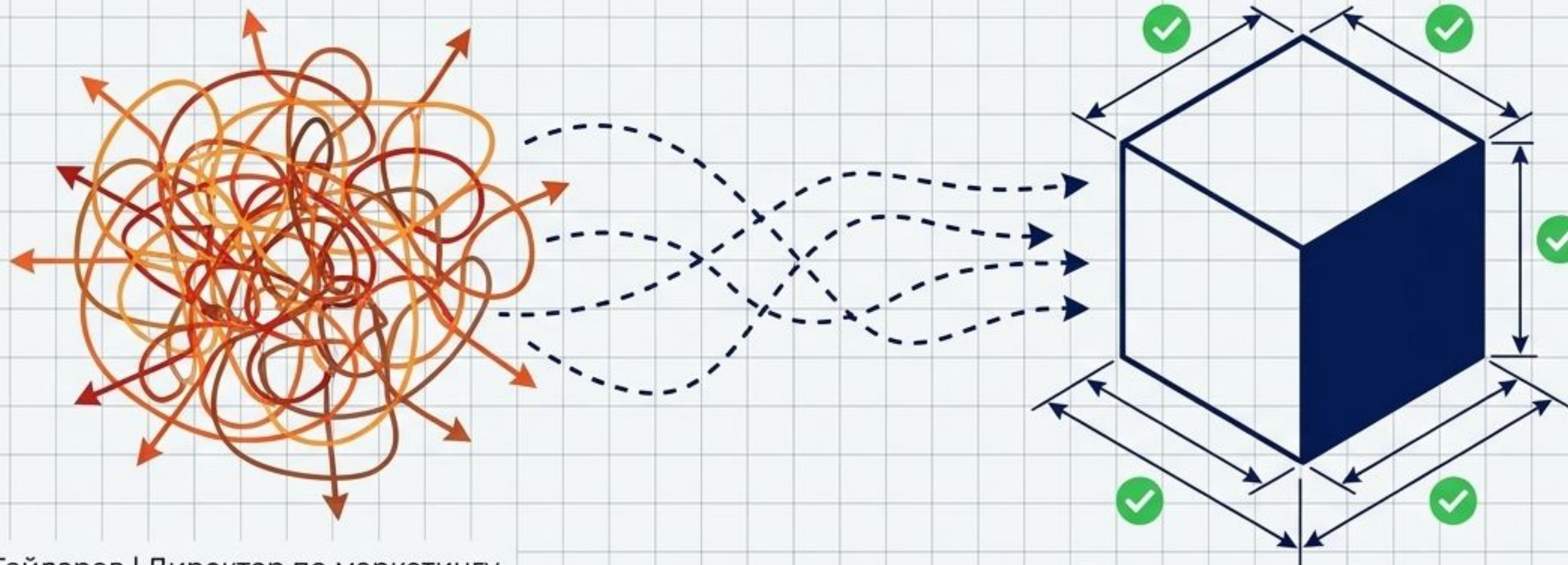


МАРКЕТИНГ ДЛЯ МОЛОДЕЖНЫХ ПРОЕКТОВ: ОТ ИДЕИ К СИСТЕМЕ

Почему одни проекты меняют мир, а другие исчезают через месяц?



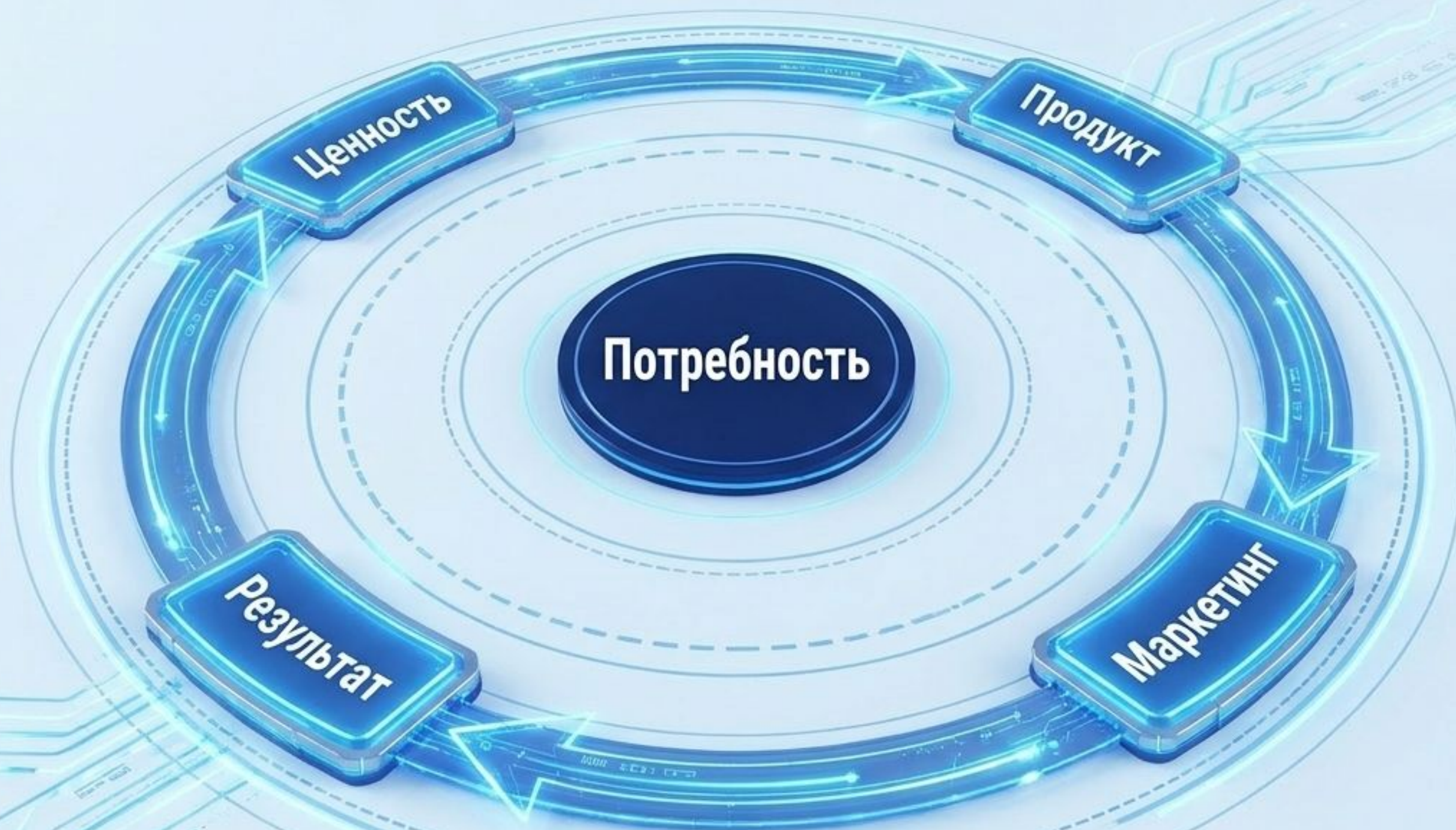
Руслан Гайдаров | Директор по маркетингу
Ialafo Кыргызстан

Руслан Гайдаров

- ✓ 20+ лет практики в системном маркетинге
- ✓ Директор по маркетингу lalafo Кыргызстан
- ✓ Руководитель платформы Practicuma
- ✓ Член Координационного совета Кыргызской маркетинговой ассоциации



**МАРКЕТИНГ НАЧИНАЕТСЯ ЗАДОЛГО ДО РЕКЛАМЫ.
ЭТО НЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ГОТОВОГО, ЭТО СОЗДАНИЕ НУЖНОГО.**



Большинство начинает с
конца. Успешные проекты
строят шаг за шагом.

1. Идея

2. Проблема

3. Решение

4. Первые
пользователи

5. МАРКЕТИНГ

5. МАРКЕТИНГ

6. Рост

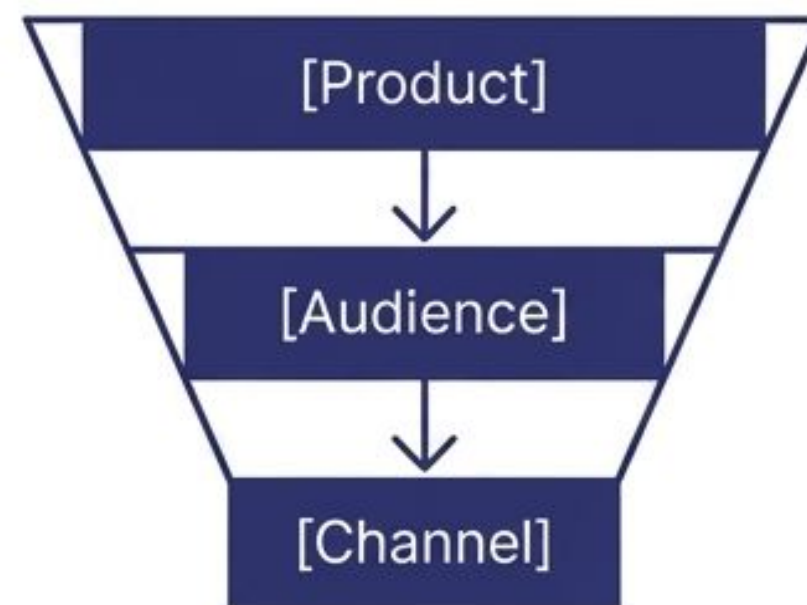
7. Масштабирование

Миф: «Главная проблема — нет денег, связей и инвесторов».



✗ Это ловушка. Большинство проектов закрываются не из-за плохой идеи, а из-за отсутствия системы.

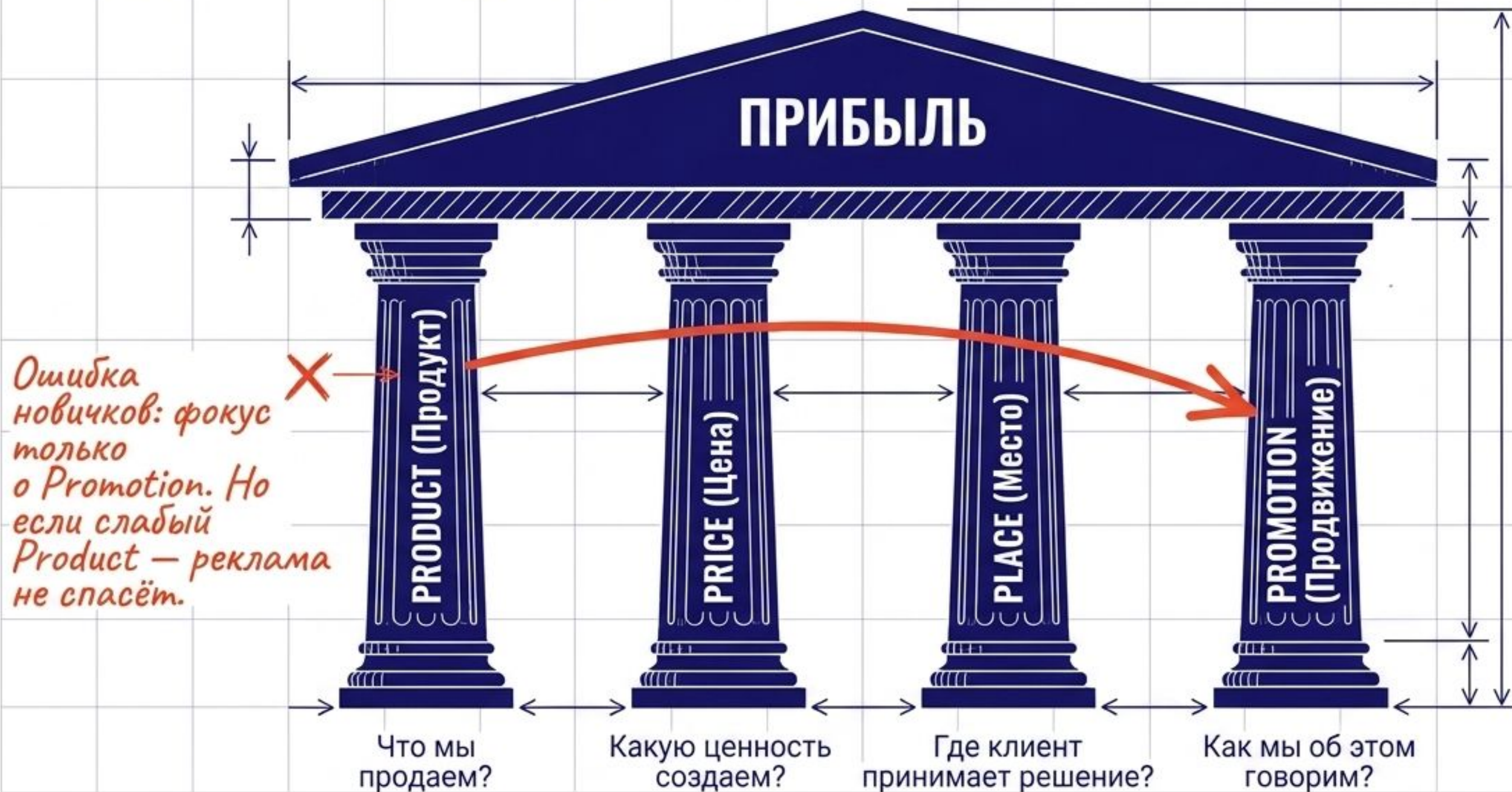
Реальность: «Нет понятной ценности, нет системы, нет знания аудитории».



✓ Покупают понятный продукт.

Рынок покупает не «лучшее», а «понятное».
Маркетинг — это управление спросом.

Модель 4Р: Фундамент вашего бизнеса



Product: Это не предмет, это решение проблемы



«Мы делаем браслеты»



«Мы делаем персональные браслеты для выпускников»

Сильный продукт:

- ✓ Понятен
- ✓ Имеет целевую аудиторию
- ✓ Решает конкретную задачу

Молодой проект выигрывает не масштабом, а точностью.

Price: Цена — это сигнал рынку



Ошибка: «Поставим дешевле, чтобы точно купили». Дешевый продукт воспринимается как слабый. Цена — это часть стратегии.

Place: Будьте там, где принимают решения

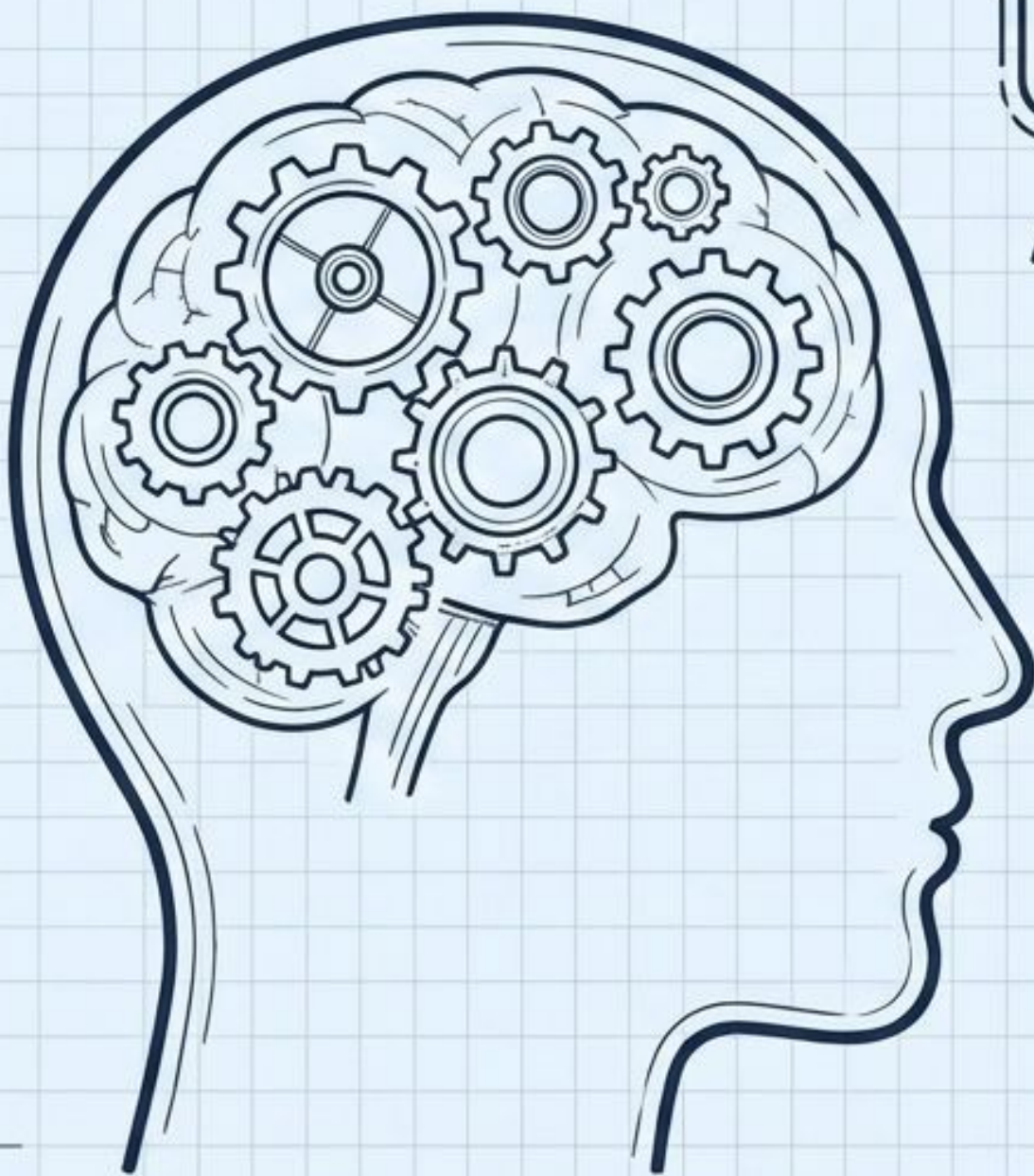


❌ Ошибка: Клиентов тут нет.

Школьники → TikTok, Instagram
Родители → WhatsApp, Рекомендации

Place — это не «где удобно вам». Это «где сидит клиент». Выберите 1-2 канала и сфокусируйтесь.

Promotion: Ответы на страхи, а не красивые картинки



«Это для меня?»

«Это мне нужно?»

«Это безопасно покупать?»



Работает:

- Конкретика
- Отзывы
- Ограниченность
- Демонстрация процесса



Не работает:

- Абстрактное «лучшее качество»
- «Уникальный продукт»

ФОРМУЛА УСТОЙЧИВОГО ПРОЕКТА

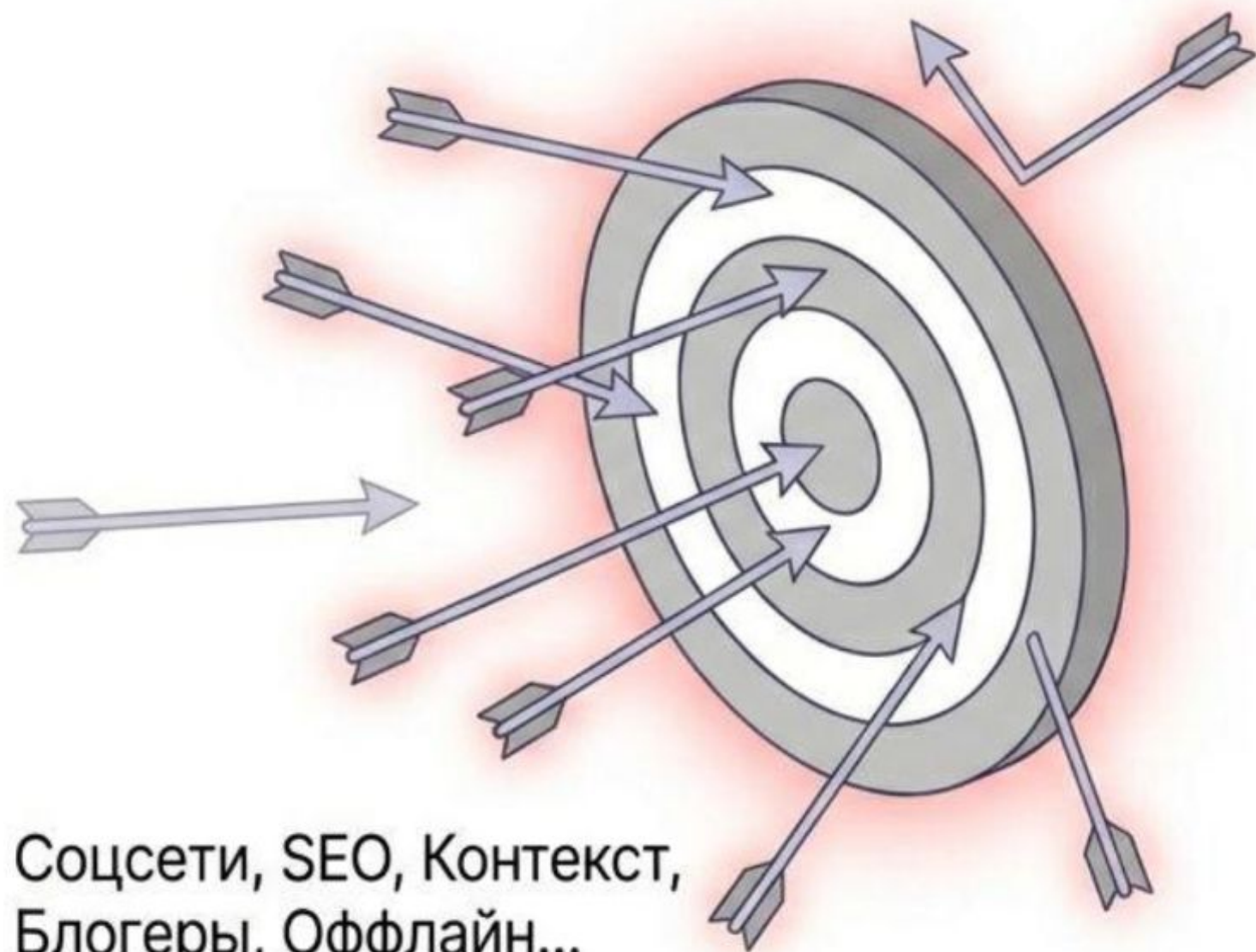


✗ Если хотя бы один элемент выпадает — результат становится случайным.

Маркетинг — это не просто реклама. Это система.

Каналы продвижения: Фокус против распыления

Ошибка: Запускать всё сразу



Соцсети, SEO, Контекст,
Блогеры, Оффлайн...

Системный подход

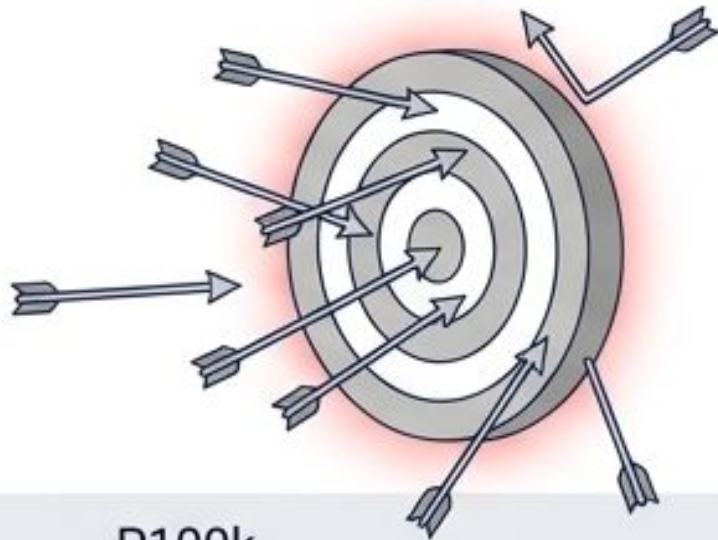
1. Определить ЦА
2. Найти место принятия решений
3. Сфокусироваться на 1–2 каналах
4. Довести до окупаемости
5. Масштабировать



Кейс: Как «меньше» значит «больше»

Локальный сервис: отказ от лишних каналов.

ДО (Распыление)



₽100k

15 заявок

Расходы

Результат

Низкая эффективность

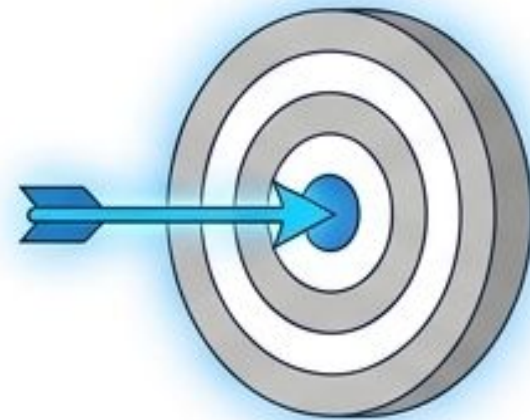
Стоимость заявки:

-40%

Поток клиентов:

Стабильный

ПОСЛЕ (Фокус)



₽30k

40 заявок

Расходы

Результат

Высокая эффективность

Иногда убрать лишнее (каналы) эффективнее, чем добавить новое. Меньше = Больше.

Путь клиента: Где вы теряете деньги?

Ответ через 6 часов = Клиент ушёл.

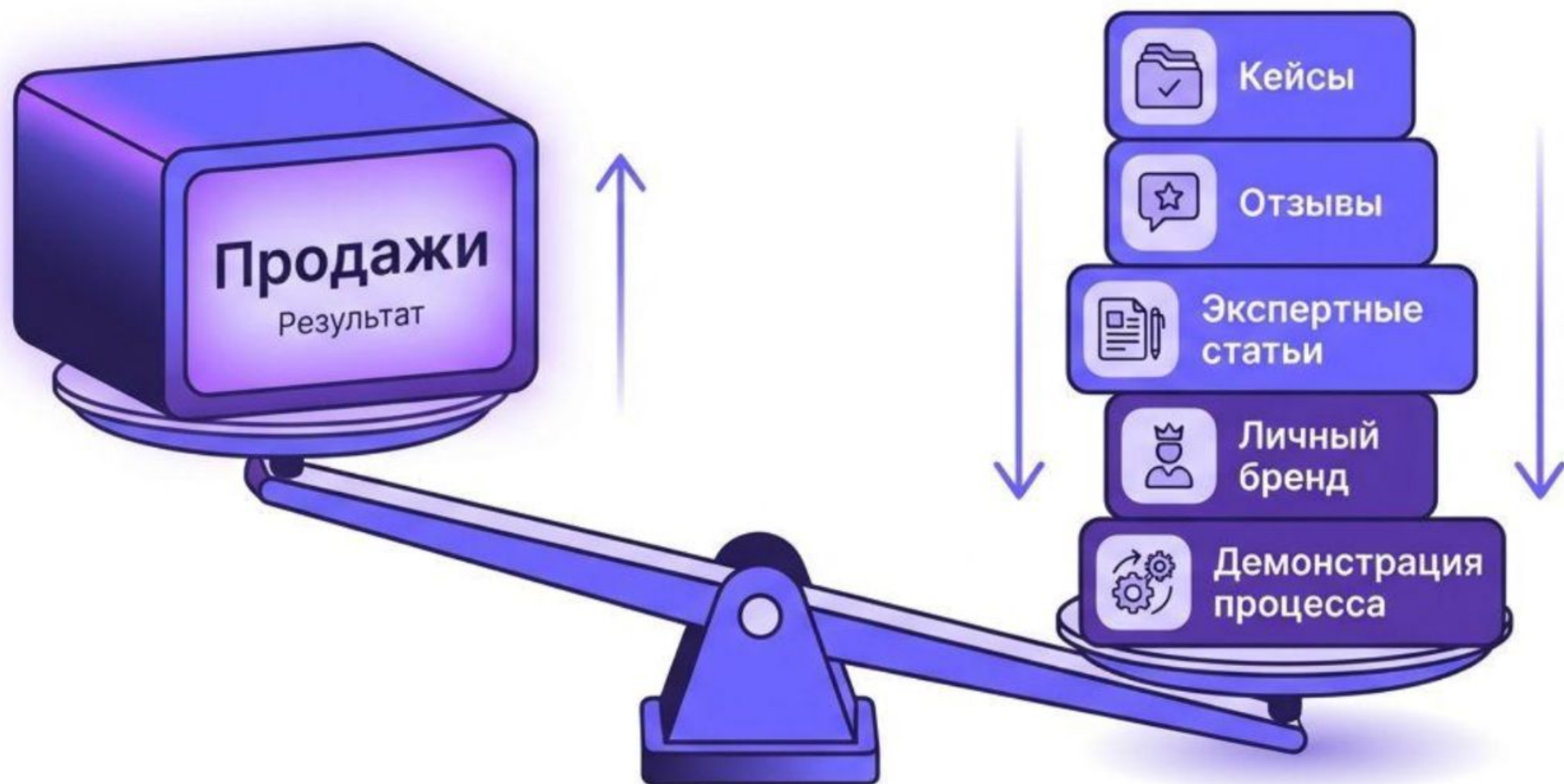


Ответ через 6 часов = Клиент ушёл.

Маркетинг — это управление всеми точками контакта,
а не только настройка рекламы.

Контент как валюта доверия

Контент снижает стоимость привлечения клиента (CAC).



Экономика: Если вы не считаете — вы не управляете

Клиенты × Конверсия × Средний чек = Доход

100 увидели → 10 заинтересовались → 3 купили

Средний чек: 2000 сом

Доход: 6000 сом

Сколько стоило привлечь
эти 100 человек?

Без понимания себестоимости можно продавать в минус, не замечая этого.

Аналитика: Приборная панель пилота

Маркетинг без цифр — это лотерея.

CPL

Cost Per Lead

Сколько стоит одна заявка?



CAC

Customer Acquisition Cost

Сколько стоит один платящий клиент?



LTV

Lifetime Value

Сколько клиент приносит за всё время?



ROMI

Return on Marketing Investment

Окупаются ли вложения?



Воронка маркетинга: От охвата до денег

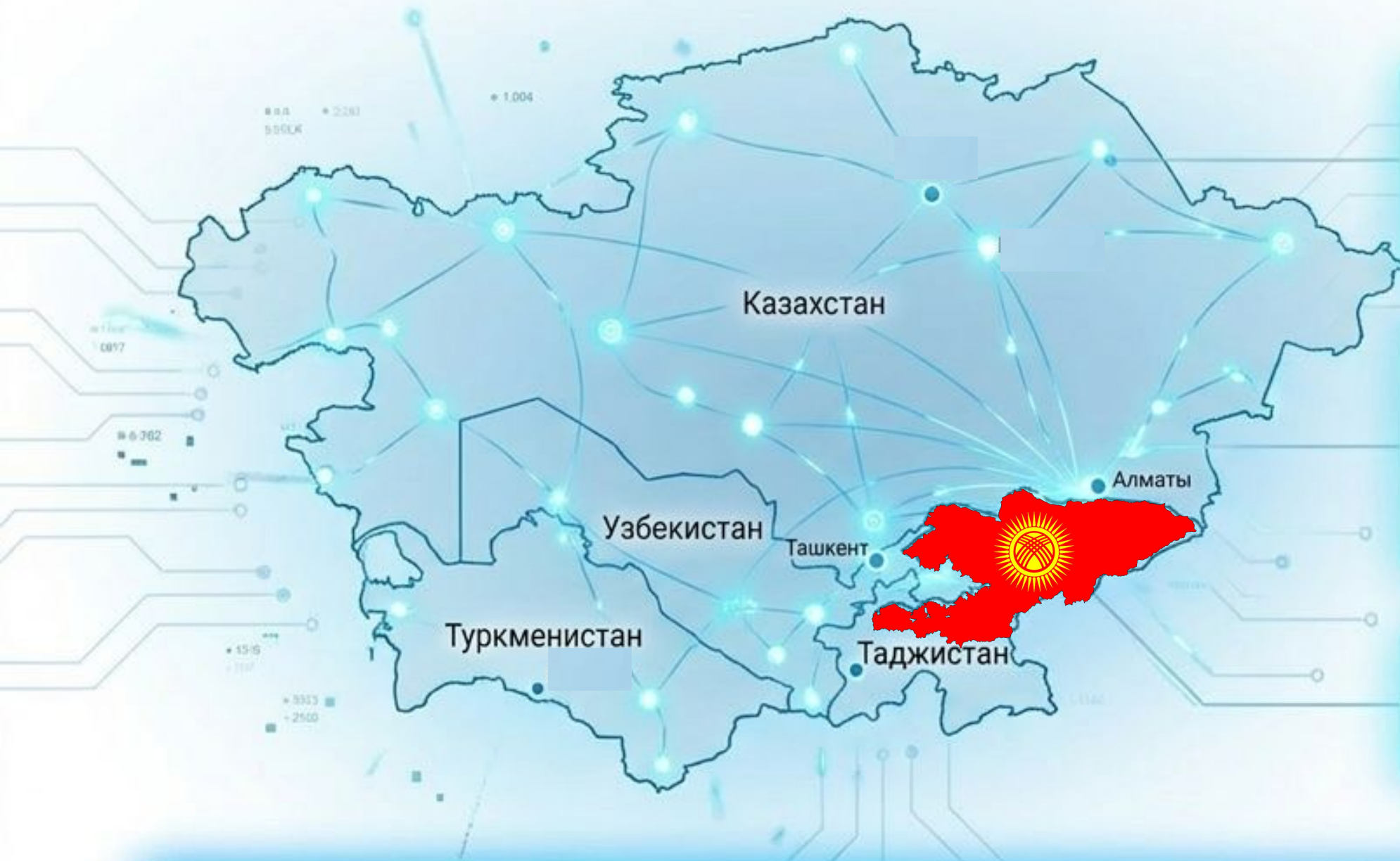


Врезка: Не пытайтесь расширить узкое горлышко внизу, наливая больше воды сверху. Ищите утечки.

- ✓ Анализ аудитории (за минуты, а не недели)
- ✓ Генерация гипотез и текстов
- ✓ Создание креативов без бюджета
- ✓ Первичная обработка лидов (боты)

Кейс: lalafo использует ИИ для модерации и персонализации, экономя тысячи часов рутины. ИИ стирает грань между студенческим стартапом и корпорацией.

Окно возможностей Центральной Азии



Общий рынок: Миллионы молодых людей с общим языком общения.

Общие боли: Похожие инфраструктурные и социальные проблемы, требующие локальных решений.

Цифровой скачок: Стирание границ через технологии.

Вывод: То, что работает в Бишкеке, можно легко масштабировать на Алматы и Ташкент, если у вас выстроена система.

Предприниматель — это строитель системы, а не генератор хаоса.



ЛИДЕР = Эмпатия × Ответственность × Команда × Маркетинг × Технологии.

Топ-5 причин провала проектов

1. Делают «для всех» (отсутствие фокуса)



2. Не тестируют спрос (запуск без проверки)



3. Боятся называть цену (неуверенность)



4. Игнорируют критику (отказ от данных)



5. Путают активность с результатом
(посты ради постов)

ACTIVITY $\neq$ RESULT





Позиционирование (Понятно, кто ЦА).



Каналы (Выбраны 1-2, а не "все сразу").



Путь клиента (Проработаны точки потери).



Аналитика (Мы знаем SAC и ROMI).

**Будущее Центральной Азии создают не самые богатые. Его создают те, кто умеет видеть проблему и превращать идеи в систему.
Не ждите идеальной идеи — идите разговаривать с людьми уже сегодня.**

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

«Маркетинг проекта за 30 минут»

Название проекта: _____

Команда / ФИО: _____

ЗАДАНИЕ 1. ОПИШИТЕ ПРОЕКТ

Что делает ваш проект?

Одним предложением

Какую проблему он решает?

Почему эта проблема важна?

ЗАДАНИЕ 2.

ВАШ КЛИЕНТ

Представьте одного
реального человека.

Имя:

Возраст:

Профессия:

Доход:

Интересы:

Какая у него главная боль?

Почему он должен выбрать именно вас?

ЗАДАНИЕ 3. ВАШЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Закончите предложение.

Наш проект помогает

Потому что

**В отличие от
других мы**

ЗАДАНИЕ 4.
УНИВЕРСАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
(УТП) одним предложением.

**Почему именно
ваш проект?**



ЗАДАНИЕ 5. КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ Выберите ТОЛЬКО ТРИ.

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ YouTube

☐ Telegram

☐ WhatsApp

☐ Facebook

☐ PR

☐ СМИ

☐ Блогеры

☐ Сарафанное
радио

☐ Партнерства

☐ Оффлайн
мероприятия

Почему именно они?

ЗАДАНИЕ 6. КОНТЕНТ

Напишите идеи.

Reels №1

Reels №2

Пост

ЗАДАНИЕ 7. ВИРУСНАЯ ИДЕЯ

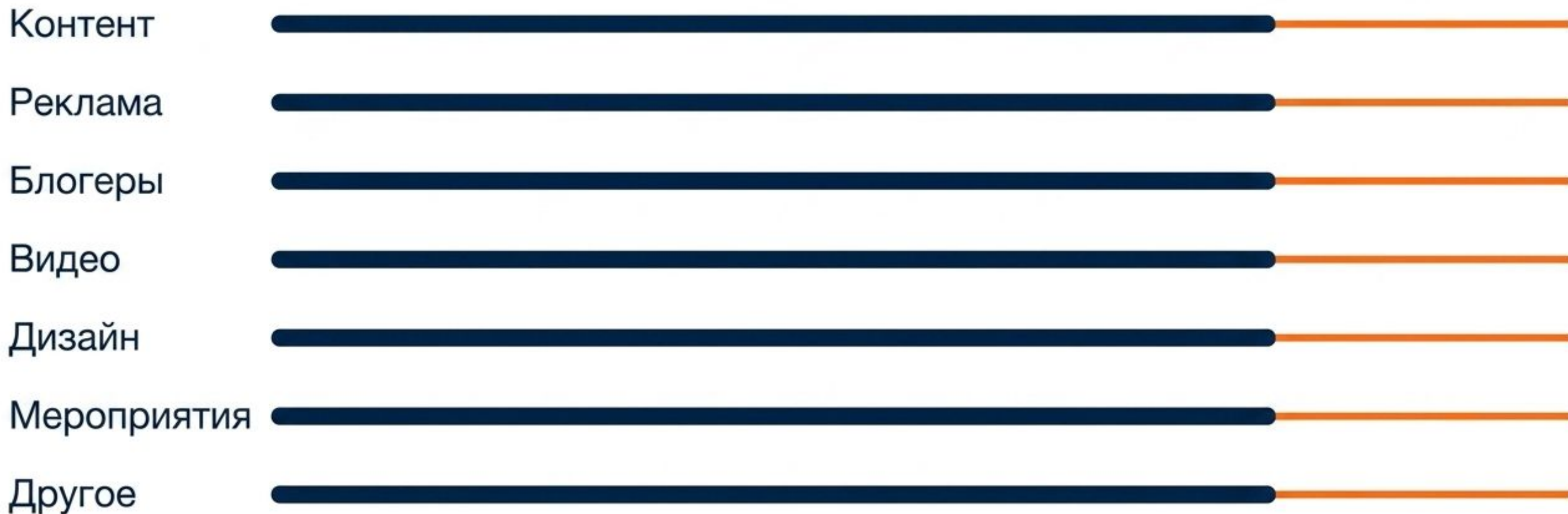


**Что можно сделать,
чтобы о вашем проекте
начали говорить?**

ЗАДАНИЕ 8. БЮДЖЕТ

Распределите.

У вас есть
100 000 сом.



ЗАДАНИЕ 9. KPI

Как поймете, что маркетинг работает?

Напишите минимум три показателя.

1

2

3

ЗАДАНИЕ 10. ПИТЧ

20 МИНУТ

Через 20 минут один участник команды должен ответить на 5 вопросов.

- 1. Что делает ваш проект?**
- 2. Кто ваш клиент?**
- 3. Почему выберут именно вас?**
- 4. Какая ваша самая сильная маркетинговая идея?**
- 5. Что вы сделаете уже завтра?**