



Performsky

Маркетинговые исследования

присутствия конкурентов, Агентства
Гарантий в медиапространстве



**АГЕНТСТВО
ГАРАНТИЙ**

Цель исследования — укрепить систему, внедрив работающую рекламную стратегию, которую можно использовать и при продаже франшизы или консалтинга и в целом при продвижении ниши банкротство.

Задачи исследования – ответить на следующие вопросы:

- Какие каналы используют конкуренты?
- Какие СМИ используют конкуренты?
- Какой уровень лояльности у конкурентов?
- С какими блогерами работают конкуренты?
- В каких регионах рекламируются конкуренты?
- Какие ролики на Ютубе приносят наибольшее количество просмотров?
- Что говорят ЦА о конкурентах?
- Как обстоят дела с HR брендом конкурентов?



Анализируемые конкуренты

Афонин и Партнеры, Белый слон, Бизнес юрист, Наталья Катаева, Law Business Group, Чистый лист, Современная защита, Полезный Юрист, ФЦБ с Якубовичем, Долгам нет, Zenit Федеральная юр. компания, Умный банкрот, Зилант-Групп, Банкирро, Эксперт Банкрот Александр Казаков, Мое право, Ок банкрот, Стоп займ, Финансово правовой альянс, Про 100 банкрот, Единый центр защиты

Анализ упоминаний Евгения Громова, Агентство Гарантий

- найден семантический конкурент для основателя компании Евгении Громовой, Евгения Громова актриса, необходимо отстроиться в построение бренда юрист, адвокат, бизнес-консультант
- найден семантический конкурент для компании Агентство Гарантий, агентство “Гарантия”
- негативных отзывов о компании не выявлено
- основная доля упоминаний о компании – это собственные рекламные кампании и отзывы на отзывах

Ссылка на все упоминания <https://clck.ru/34Nxpm>

Доля упоминаний конкурентов

Как видно из диаграммы, наибольшее количество упоминаний у компаний “Бизнес Юрист”, “ОК Банкрот”, “Полезный Юрист”, “ФЦБ”, “Единый Центр защиты”.



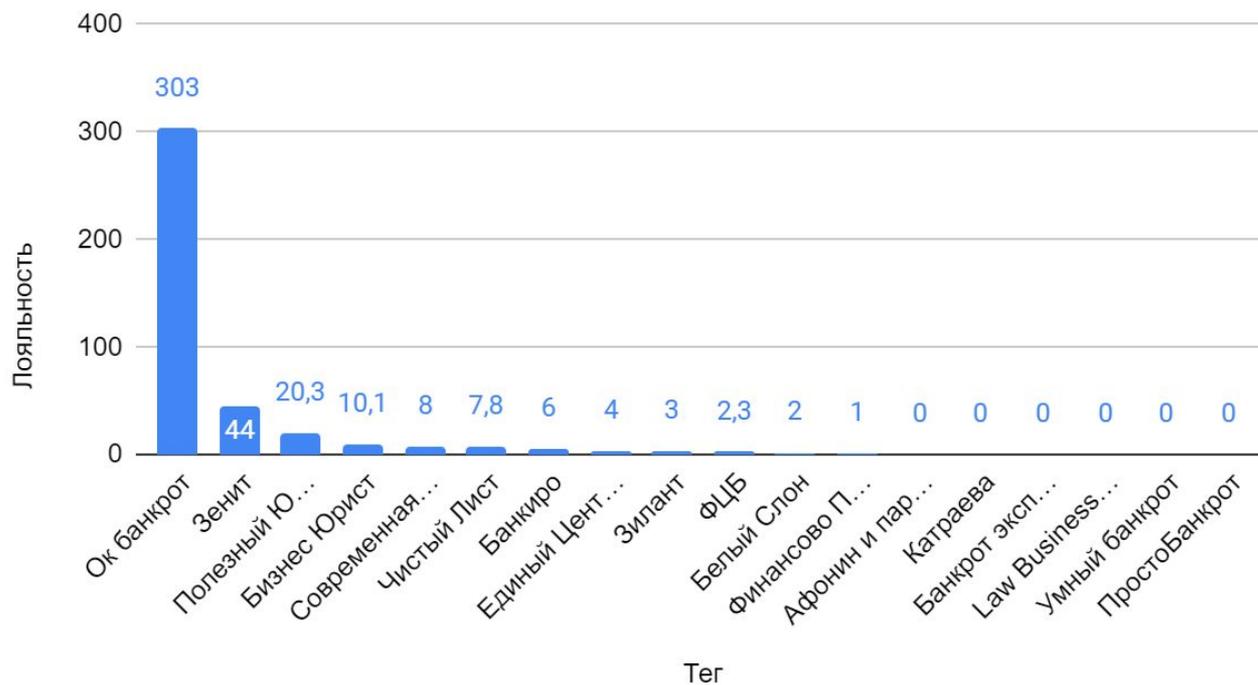
Тональность упоминаний конкурентов



Как можно заметить, наибольшее количество положительных отзывов наблюдается у компании Ок Банкрот, Единый центр Защиты. Следовательно, работы над репутацией этих брендов проводится на высоком уровне.

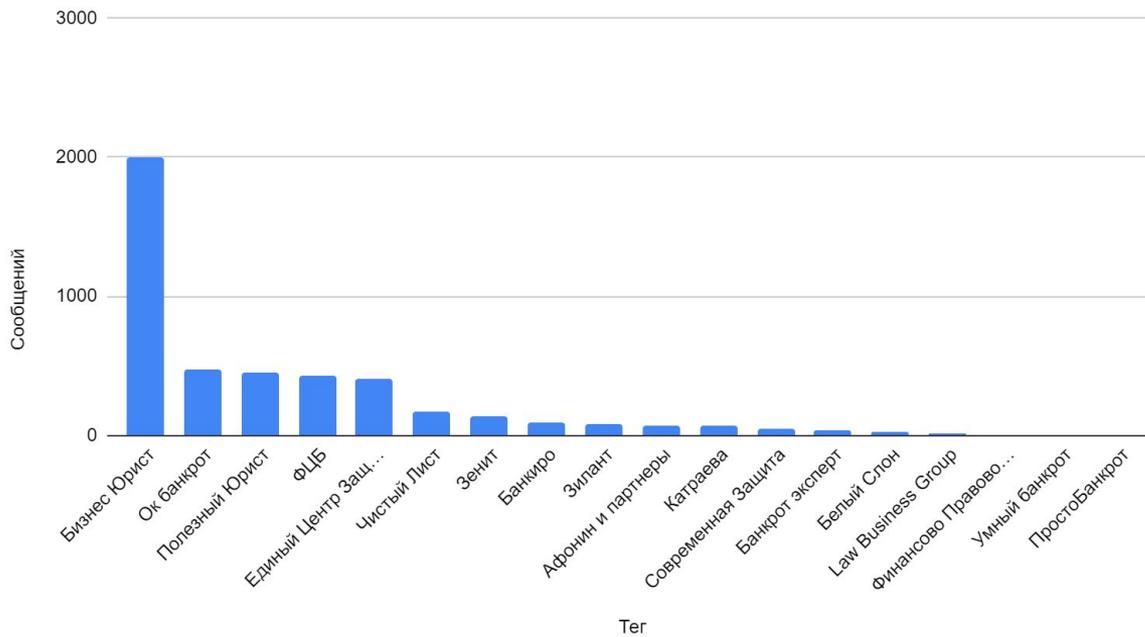
Рейтинг лояльности конкурентов за 1,5 месяца

Лояльность компаний



Рейтинг Упоминаемость конкурентов за 1,5 месяца

Рейтинг упоминаемости



География рекламных упоминаний конкурентов



Рекомендации по географии

Отсутствует рекламная активность конкурентов в таких субъектах как:

- Ненецкий автономный округ
- Чеченская республика
- Ингушетия
- Республика Алтай
- Чукотский автономный округ

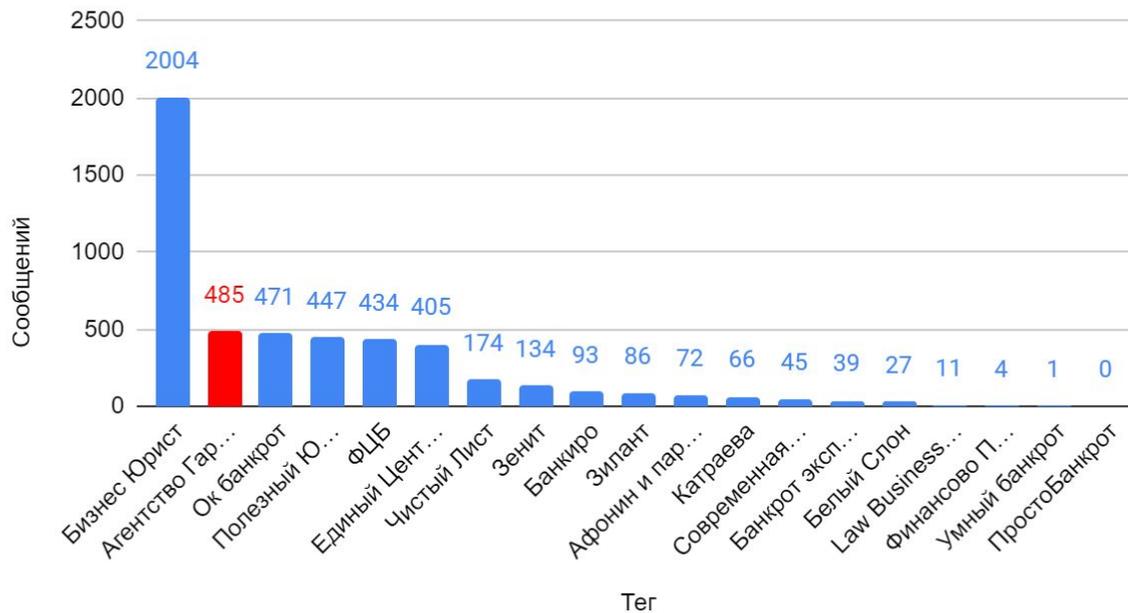
Можно появиться там раньше конкурентов и занять нишу первыми

Наименьшая концентрация конкурентов в регионах

<https://clck.ru/34QwrH>

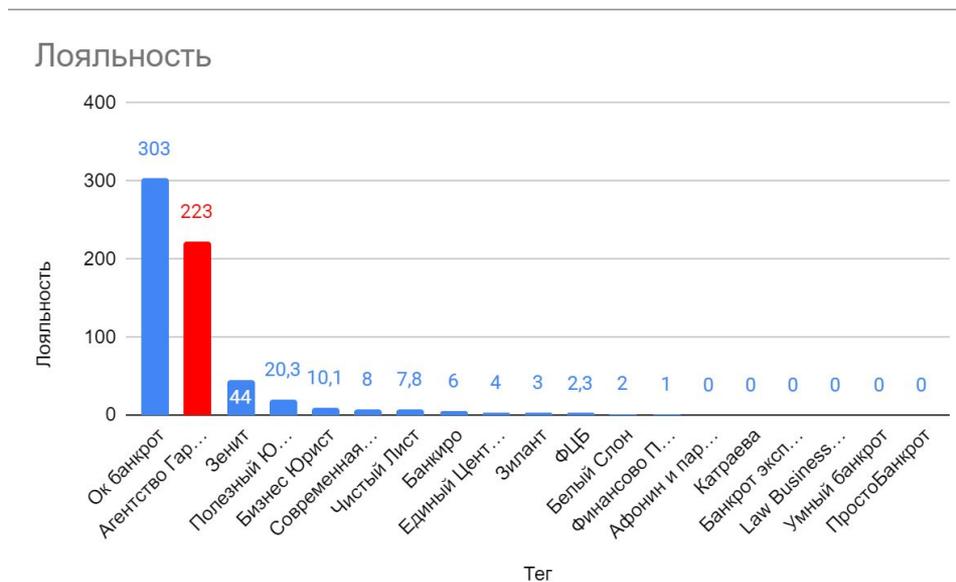
Рейтинг упоминаемости конкурентов и Агентства Гарантий

Рейтинг упоминаемости



Как можно заметить, ежемесячное упоминание федеральной сети находится примерно на 1 уровне с годовым количеством упоминаний Агентства Гарантий. Красным указано количество упоминаний за год АГ, синим конкуренты за месяц.

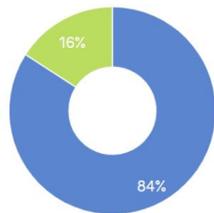
Количество положительных отзывов в сети конкурентов и Агентства гарантий за месяц



Соотношение позитивных и негативных отзывов компании Агентство Гарант находится на хорошем уровне по сравнению с федеральными и региональными конкурентами. Красным указан уровень лояльности за год АГ, синим конкуренты за месяц.

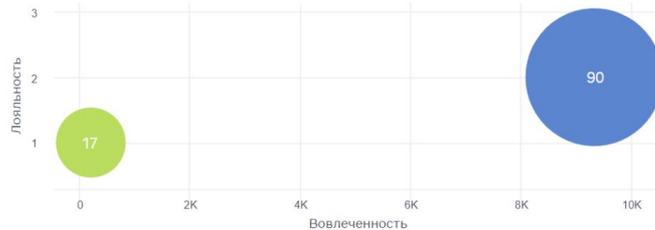
Сравнение с Зилант групп

Доля сообщений



● Конкуренты (банкротство): 3...
● Агентство Гарантий: Агентст...

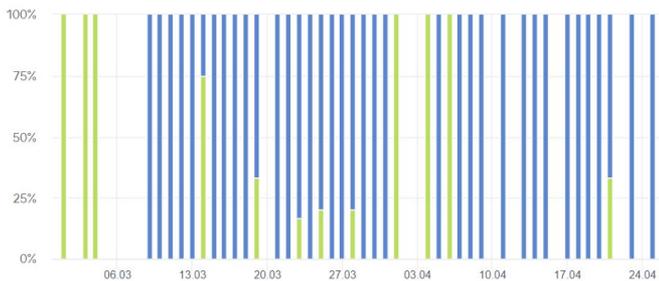
Лояльность и вовлечённость



● Конкуренты (банкротство): 3... ● Агентство Гарантий: Агентст...

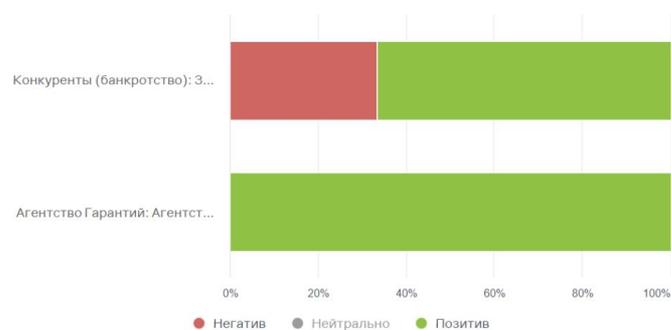
Динамика сообщений

по дням



● Конкуренты (банкротство): 3... ● Агентство Гарантий: Агентст...

Тональность



● Негатив ● Нейтрально ● Позитив

Сравнение с Бизнес Юрист

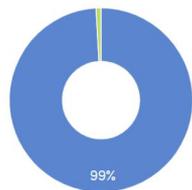
Что сравнивать

Теги

Агентство Гарантий: Агентство Гарантий и Громова; Конкуренты (банкротство): Бизнес Юрист;

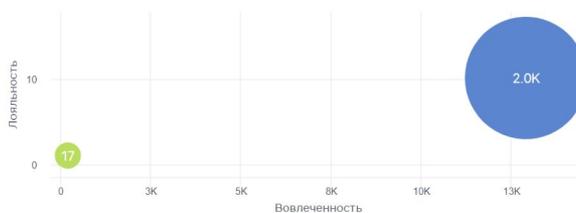
Изменить

Доля сообщений



- Конкуренты (банкротство): Б...
- Агентство Гарантий: Агентст...

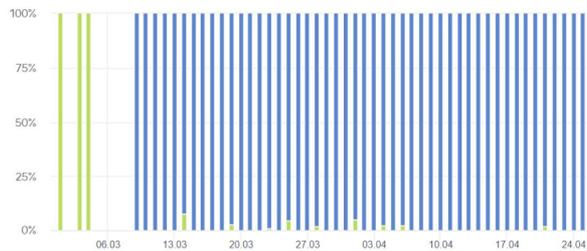
Лояльность и вовлечённость



- Конкуренты (банкротство): Б...
- Агентство Гарантий: Агентст...

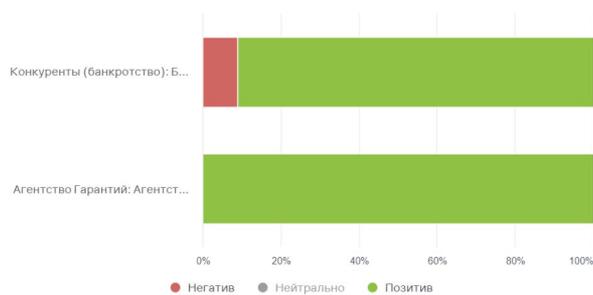
Динамика сообщений

по дням

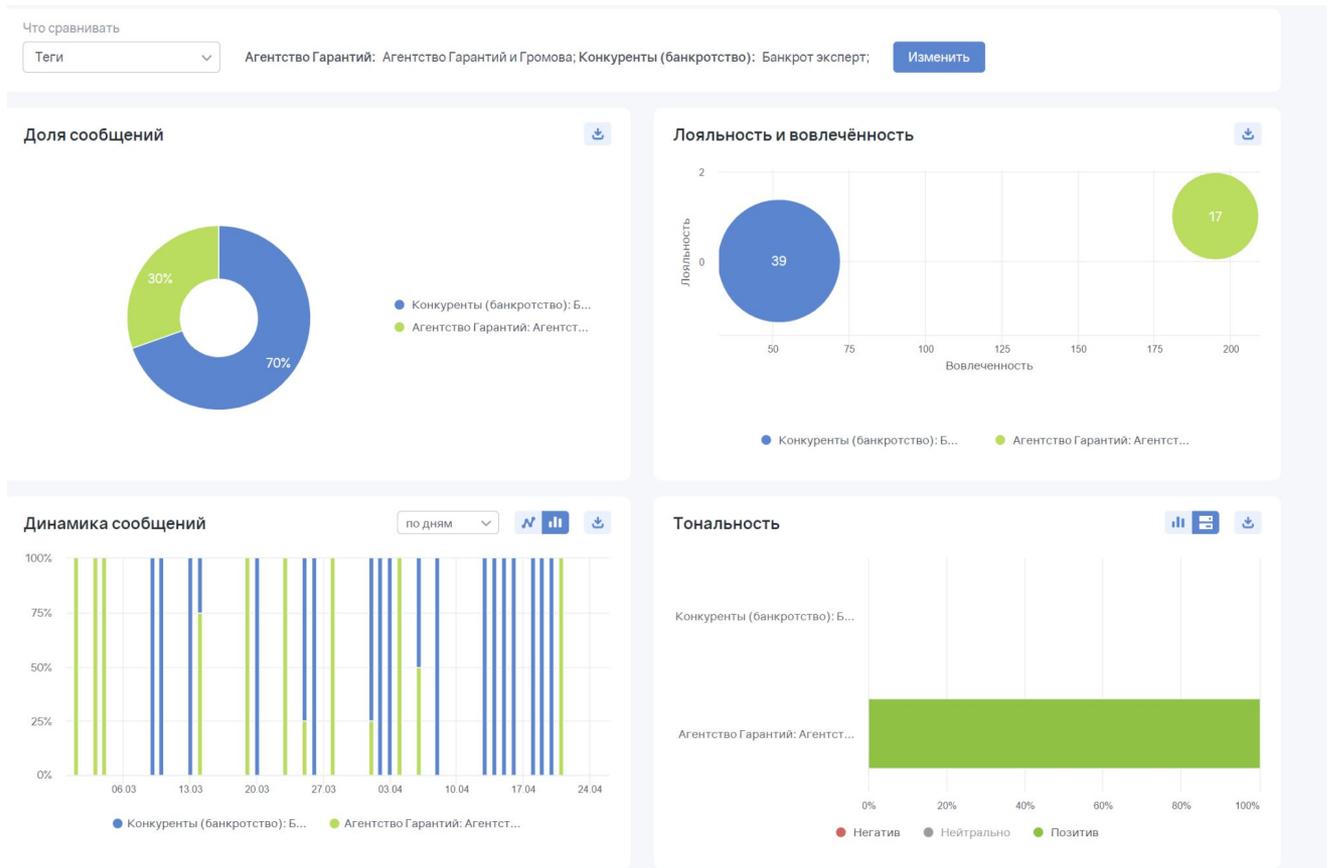


- Конкуренты (банкротство): Б...
- Агентство Гарантий: Агентст...

Тональность

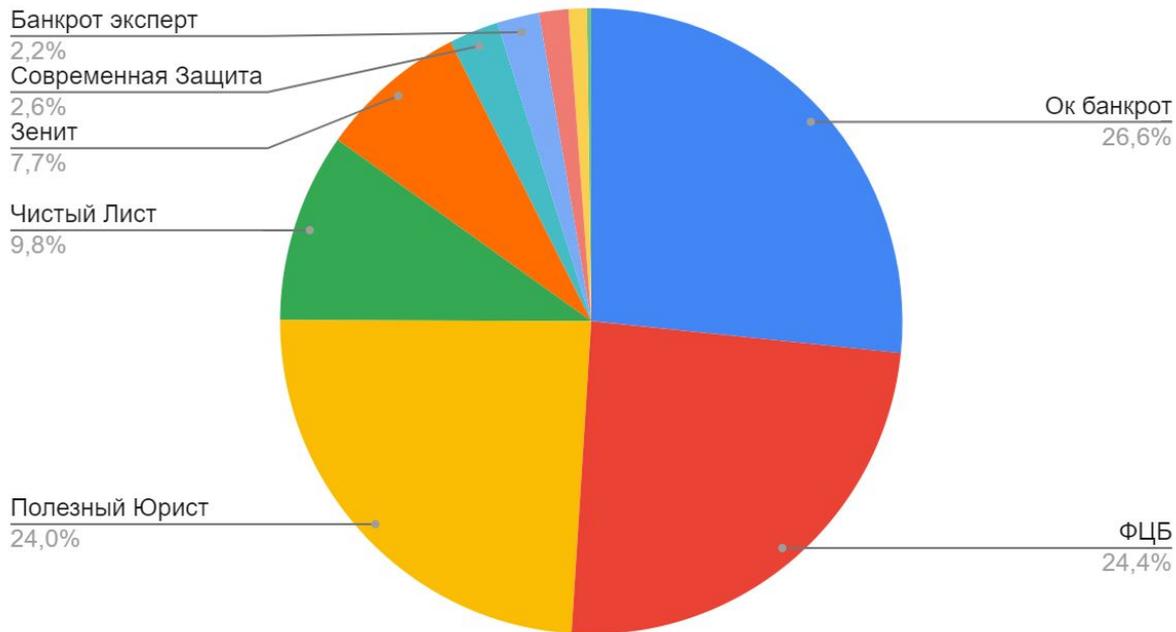


Сравнение с Банкрот Эксперт



Количество упоминаний конкурентов за месяц в сравнении с Агентством Гарантий (указана коралловым цветом)

Распределение сообщений за месяц



Кого за месяц большего всего хвалили

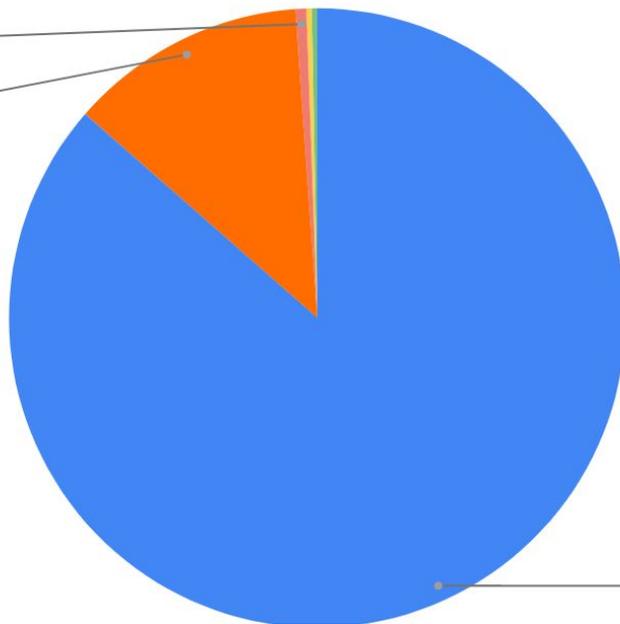
Распределение лояльности за месяц

Белый Слон

0,6%

Зенит

12,4%

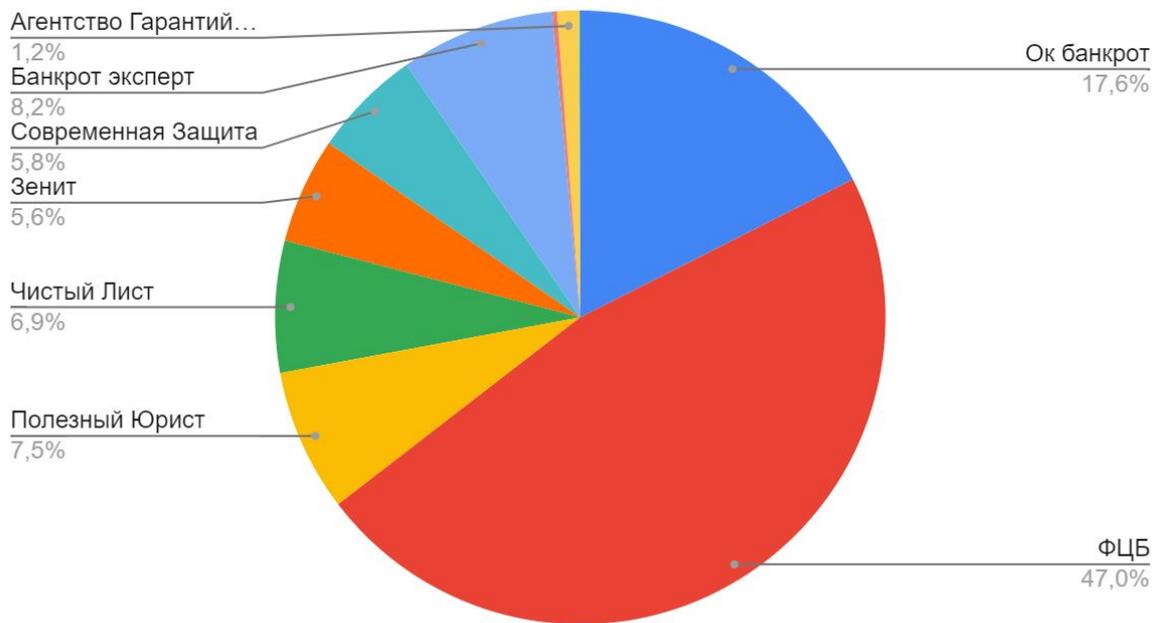


Ок банкрот

86,4%

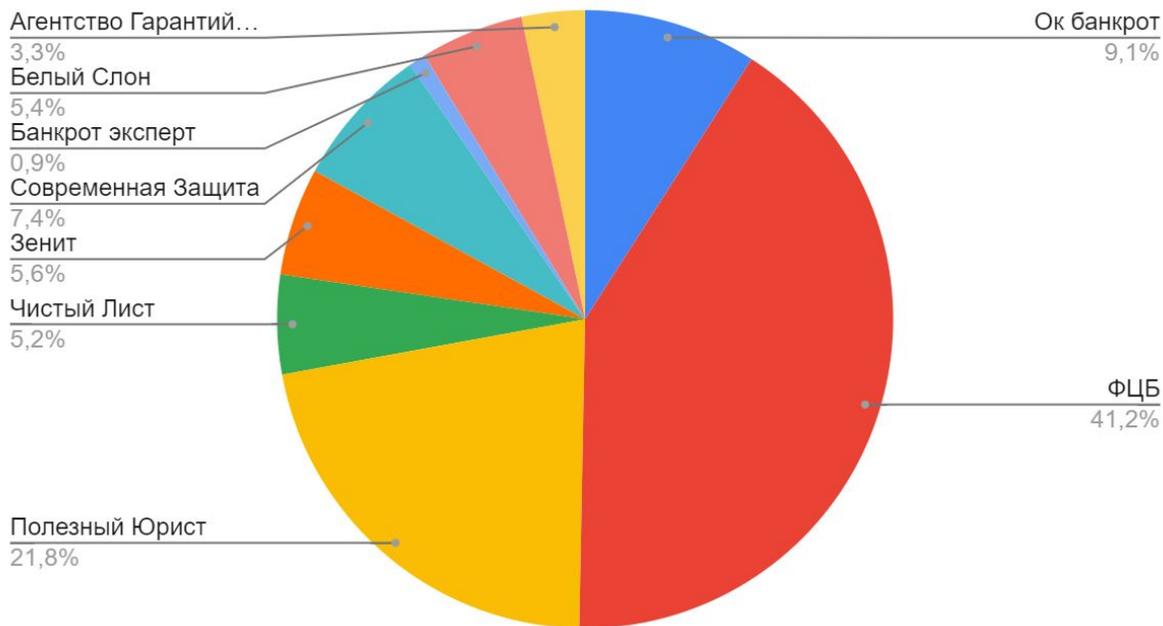
Чью рекламу большего всего видели за месяц

Распределение охватов за месяц



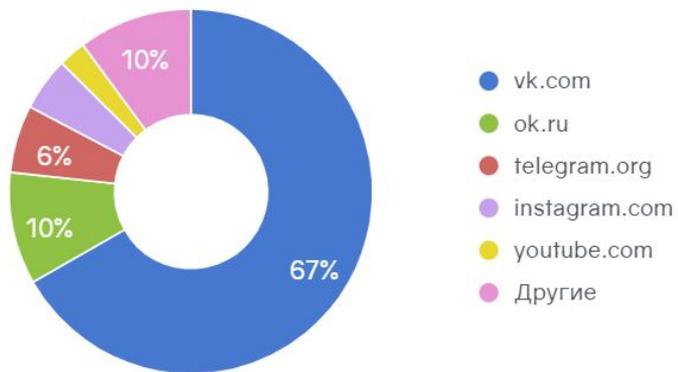
Чья реклама и контент были наиболее интересными пользователям интернета

Распределение вовлеченности за месяц



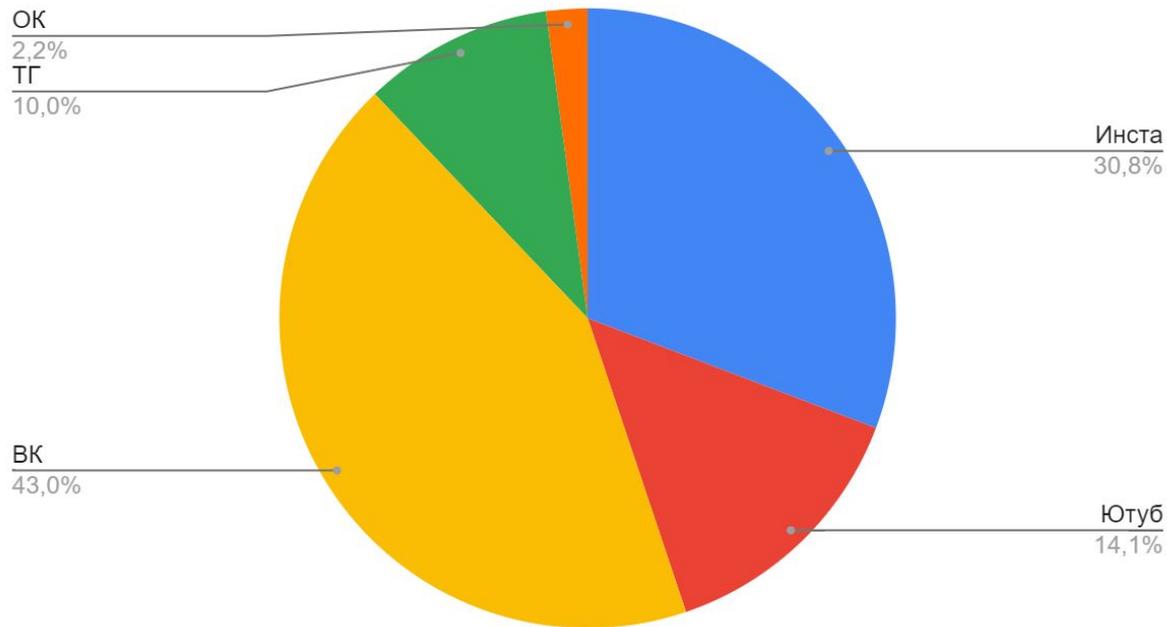
В каких каналах упоминаются конкуренты

Сообщений по источникам



В каких каналах наибольшая вовлеченность пользователей

Распределение по вовлеченности между каналами



HR бренд конкурентов

В целом отзывов по работодателям система обнаружила достаточно мало, но при повторной ручной обработке нам удалось найти негативные отзывы о работе в одной из крупнейших компании в нише БФЛ “Финансово-Правовой Альянс”

Примеры отзывов

Вы хоть методичку смените, пишите враньё из отзыва в отзыв. В компании нет официальной зарплаты, официально только МРОТ, остальное в конверте, если что, это серая зарплата. Нормированный график, серьёзно? Ты работаешь с 9 до 19, а теперь свой договор глянь и какое время написано там, вообще по факту ты должен приходить к 8:55 и если приходится задерживаться, то это тебе никак не компенсируют, бесплатная галера. На больничный то давно выходил? С МРОТом хорошо конечно болеется.

"Инициатива всячески поощряется" - расскажи, а "всячески" это как?))) Денежные штрафы или увольнение?))) Инициатива в этой компании поощряется только по регламенту, по факту она наказуема и сотрудники должны быть серой массой без своего мнения. Если это не так, расскажи лично за свои инициативы и как тебя "поощряли".

"Если бы были проблемы, обман, и что-либо неправомерное, которое мне не нравится, на 100% я бы не работала в компании" - то есть серая зарплата, в договоре одно время работы, по факту другое и много ещё чего - это правомерно?))) Всё устраивает?))) Значит ты терпила и идеальный сотрудник этой организации. Ну или плохо работаете, не отрабатываете с Анной (отзыв ниже) денюжки за заказные отзывы.

HR бренд конкурентов

Примеры отзывов

. Официально устраивают не сразу, испытательный срок ты в компании вообще никто (даже ГПХ нет, ничего вообще). Зарплату платят по стандарту: МРОТ на карту официально, остальное налом. Своих же сотрудников они по определенному графику заставляют писать хвалебные отзывы, также эти отзывы покупаются у сторонних организаций, т.к. в компании очень много дерьма, которое пытаются скрыть. Договор придуман у них хитро, и по нему сложно будет вам вернуть деньги назад, если вас обманут, а обманывать вас здесь будут много. Продажники из-за любви к высокой зп заключают договоры со всеми подряд, кто внесет деньги, тем самым подставляя компанию и самого клиента, а также юристов, которые матерят этих продажников, не понимая как таких клиентов можно было брать в работу, а начальству вообще плевать на это, лишь бы хвалиться как у нас много дел и какая мы обалденная компания. Сами получают свою высокую зп и все у них хорошо. Руководство очень любит долгие и бесплодные совещания, где они пафосно сидят и часами занимаются мотивационной ерундой, а также очень любят унижать и обсуждать за спиной людей ниже их по должности. Душевно ли в коллективе? в моем было комфортно работать, а в остальном не рекомендую. Воспитанным, честным и исполнительным людям там нечего делать. Такие фирмы помогают в полной мере единицам, у них основная цель: прибыль. Если умеете продавать - у вас будет отличная зп. Если вы умеете продавать упорно, тупо и, при этом, успешно. то высокая зп и скорее всего в перспективе станете руководителем отдела.

Преимущества: Спецы по накрутке отзывов)

Недостатки: 1. Нет официального трудоустройства у 90% сотрудников.

2. Непрозрачная работа, многие процессы скрываются.

3. Негативная атмосфера («топор в воздухе», штрафы за внешний вид, нелепые замечания)

4. Угрозы службы безопасности при увольнении (не писать негативный отзыв, найдем, отомстим и тд)

Анализ каналов продвижения



Инстаграм (блогеры)



Вывод:

- Используют в основном микроблогеров с аудиторией до 100 тыс. подписчиков
- Наиболее активно привлекают блогеров компания Зилант
- Используют преимущественно нативную интеграцию в формате персональной интеграции
- Акцент на местных блогеров

Ссылка <https://clck.ru/34Ny55>

Ютуб



- Для успешного продвижения на YouTube нет универсальной формулы. Результат зависит от подачи и контента.
- В описаниях видео используйте хештеги, краткое описание и тайм коды.
- Добавляйте ссылки на соцсети, актуальные вакансии и похожие видео.
- Начинайте видео с представления и описания своего опыта. Стимулируйте подписчиков оставлять лайки, подписку и заявки.
- Регулярно публикуйте контент, добавляйте семантическое описание и ЮТМ-метки, делайте вшитые ссылки.
- Число ориентир по подписчикам на ютуб 697000

Анализ конкурентов <https://clck.ru/34Ny84>

Рекомендации по контент-плану <https://clck.ru/34Ny98>

Семантика для оптимизации Ютуба <https://clck.ru/34PLJN>



- Основная доля упоминаний – это собственный контент конкурентов, группы подслушано, спам в чатах и комментариях под постами сотрудников компании.
- Большая половина упоминаний приходится на данный канал трафика
- Наибольшая активность у компании Бизнес Юрист в этом направлении



Вывод

В основе рекламной сетки ТГ лежат каналы с региональным таргетингом и социальные каналы про льготы, пособия, материнство, пенсионеры, акции и скидки

Ссылка <https://clck.ru/34NyE4>



Вывод:

некоторые конкуренты активно ведут Дзен, в равных пропорциях встречаются форматы коротких видео и длинных текстов. Наиболее интересны каналы ФЦБ, LBG. Привлекают инфлюенсиров для пиара в формате интервью.

Ссылка <https://clck.ru/34NyHm>

Какие СМИ используют конкуренты?

- **“Афонин и партнеры”** (news.myseldon.com, rss.plus, aif.ru, big pot.news, all-news.net, all-news.net). Наибольшая результативность в газете “Аргументы и Факты” (показатель цитируемости 201000)
- **“Банкирро”** (niann.ru, vd-tv.ru, 123ru.net, ru24.net). Наибольшая результативность в газете “Новости Нижнего Новгорода” (показатель цитируемости 8195).
- **“Бизнес Юрист”** (yurgorod.ru, news.myseldon.com, bloknot-krasnodar.ru, выкса.рф,, news.myseldon.com). Наибольшая результативность в газете “Блокнот Краснодар” (показатель цитируемости 5575).
- **“Да Банкрот”** (vs.ru). Формат интервью у Романа Масленникова (показатель цитируемости 50000).
- **“Единый центр защиты”** (vladnews.ru, ngs42.ru, news.buzznet.ru, primorye24.ru, news.myseldon.com, amurmedia.ru, khabarovsk-news.net, okaygorod.com, news.buzznet.ru, vladivostok-news.net, vladnews.ru, prokopievsk.ru, rio.city, russia 24.pro, news-life.pro, ru24.net, ru24.net, 123ru.net, astv.ru, vsenovostint.ru). Наибольшая результативность: “Все новости Нижнего Тагила” (цитируемость 3847), “АСТВ” (цитируемость 21798), “NewsLife” (цитируемость 2200), “Прокопьевск ру” (цитируемость 10000), “Владивосток ньюс” (цитируемость 5600), “АмурМедиа” (цитируемость 9500)

Какие СМИ используют конкуренты?

- **“Современная защита”** (news.myseldon.com, bloknot-volgograd.ru, gorodskoyportal.ru, nn.ru, 63.ru, e1.ru, 74.ru,72.ru).

Наиболее результативные: Аньос Цитируемость (3034), Блокнот Волгоград Цитируемость (9325), Газета Нижний Новгород Онлайн Цитируемость (9218), 63ру Самара Цитируемость (13684), Е1ру Екатеринбург Цитируемость (36919), 74.ру Челябинск Цитируемость (14662), 72.ру Тюмень Цитируемость (15308)

- **“Финансово-правовой альянс”** (news.myseldon.com, advgazeta.ru, dzen.ru, rambler.ru, bankiros.ru).

Наиболее результативные: “Адвокатская газета” (цитируемость 10000), Рамблер (цитируемость 196000)

- **“ФЦБ”** (crimea-news.com, 123ru.net, ru24.net, 76.ru, kerchtoday.com, kuban.kp.ru, kommersant.ru, sanktpeterburg.bezformata.com, spb.kp.ru).

Наиболее результативные были: “Новости Крыма” (цитируемость 35000), “Новости Ярославля” (цитируемость 15000), “Комсомольская Правда Краснодар”, (цитируемость 7200), “Комсомольская Правда Питер” (цитируемость 10000), Коммерсантъ (цитируемость 525000)

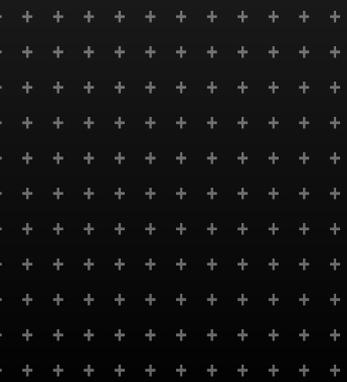
Боли Целевой Аудитории

Кидают на деньги после предоплаты	Удаляют негативные отзывы
-----------------------------------	---------------------------

Блокируют номер и не дают рассказать правду	Не выполняют обязательства договора	Невозможно дозвониться	Берут заведомо проигрышные дела
---	-------------------------------------	------------------------	---------------------------------

Ссылка на все негативные отзывы <https://clck.ru/34NyPL>

Медиаплан



Наименование	Приоритетность
Вконтакте <ul style="list-style-type: none">- Создание обновленного контент плана- Публикация постов- Мониторинг комментариев и сбор заявок- Закуп в группе Подслушано	1
Инстаграм <ul style="list-style-type: none">- Закуп у блогеров- Публикация- Мониторинг комментариев и сбор заявок	2
Ютуб <ul style="list-style-type: none">- Написание контент плана- Создание сценариев для видео- Съёмки видео- Интеграция на Ютуб	3
Тг <ul style="list-style-type: none">- Закуп в региональных и соц группах- Создание контент плана- Публикация- Мониторинг комментариев и сбор заявок	4
ОК <ul style="list-style-type: none">- Создание обновленного контент плана- Публикация постов- Мониторинг комментариев и сбор заявок- Закуп в группе Подслушано	5

Выводы и рекомендации

- наибольшая вовлеченность пользователей в ВК, Инсте, Ютуб
- количество упоминаний конкурентов кратно выше, чем кол-во упоминаний Агентства Гарантий
- обратить внимание на ютуб конкурентов и методы его развитие
- перенимать на опыт конкурентов по интеграциям с региональными СМИ
- скорректировать стратегию закупа трафика в регионах с пониженной рекламной активностью конкурентов