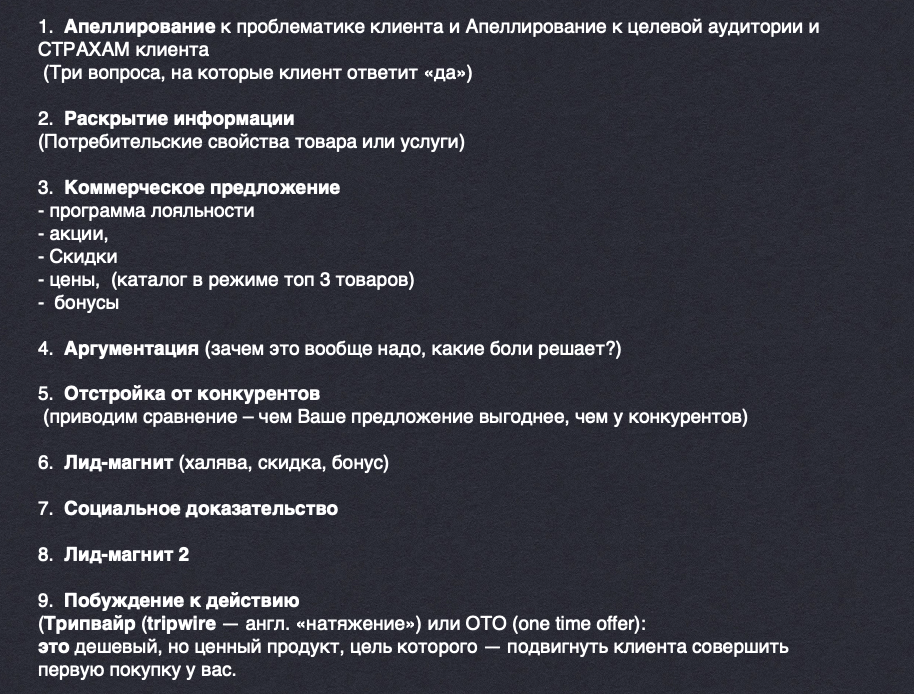
**Предлагаемые усиления рекламного ролика «Эльтавр промо»**

**Обоснование** – отсутствие полного цикла воронки продаж.

Воронка продаж в рекламе – это последовательность информационных посылов. Которые «догревают» клиента до совершения сделки.

И так последовательность информации в воронке (наше авторское решение):





Наблюдается **ошибка** в определении **целевой аудитории** (далее Ц**А**). Данный ролик должен быть показан потенциальным клиентам, тем кто купит «Эльтавр». А это:

1. Отели с парковой зоной
2. Отели и другие организации с большой площадью
3. Локальные и материковые экскурсионные организации
4. Складские, производственные предприятия, возможно СТО, где нельзя использовать транспорт с выхлопными газами

Поэтому рекомендую начало аудио и видео ряда начать с проблематики этой ЦА

1. Первая причина купить такой транспорт – его экологичность
2. Вторая причина – экономическая составляющая.

**Рекомендации по формировании воронки продаж:**

**Аргументация:** Очевидно что ролик «промо», но почему бы не использовать промо эффект, как побочный эффект продающей рекламы?

1. **Апелляция к ЦА и ее проблематике:**

Вы представляете отель с парковой зоной в Крыму или на материке?

Вы руководите экскурсионной организацией или владеете складским или производственным предприятием с большой площадью и помещением закрытого типа?

1. **Раскрытие информации:**

Внимание! Для вас современное и экологичное решение: Первый в Крыму производитель электро-транспорта «Эльтавр» презентует свою разработку: от фирменного электро-агрегата до сборки и обслуживания в Крыму.

1. **Коммерческое предложение:**

Антикризисная цена: от 1,3 миллиона рублей в эконом комплектации …..

Мы предлагаем на ваш выбор и бюджет 3 типа цены и комплектации.

Наша программа лояльности……..

До 1 августа акция……..

Специальное предложение для тех кто купит более …. Единиц …….

Пакетное предложение 1+1 = 3 …..его условия……..

1. Аргументация

Экологичность

Современность

Крымский национальный продукт

Экономичность (тут обязательно надо расписать цифры….окупаемость….амортизация и др.)

1. Отстройка от конкурентов

На основании нашего исследования рынка, конкуренты предлагают……

Мы же лучше потому………

1. Лид – магнит

Позвоните нам сейчас и сообщите промокод «Прилив» и вы получите специальную скидку……% на условиях…….

1. Социальное доказательство

Наши автомобили уже успешно функционируют в…..

Их надежность, экологичность, внешнюю привлекательность и др….могут доказать такие люди (медиа персоны, или известные руководители компаний потребителей продукта)

1. Лид магнит 2

Только для компаний в Крыму бессрочная акция или скидка или рассрочка или кредит от банка – рекламного партнера……..

1. Побуждение к действию (ТрипВайер)

Заинтересовало наше предложение?

Звоните, записывайтесь на бесплатную экскурсию по цеху сборки, чтобы увидеть своими глазами процесс и пощупать своими руками наш симпатичный автомобиль крымского производства.

Бесплатный тест драйв по таким дням недели и в такое время суток (ограниченность предложения, стадный инстинкт) – запись по номеру телефона: +7 978 777 77 77

1. Финал

Подписывайтесь на наш канал, ставьте лайк, пишите ваши комментарии, отзывы и пожелания. ВНИМАНИЕ конкурс на лучший комментарий – Подарок – поездка на 2их в Мрию на 4 дня

С уважением,

Кузьмин Игорь Михайлович

**Интернет маркетолог**

+7 (978) 708 5006

Агентство Интернет рекламы "Прилив"

[https://priliv.pro](http://priliv.pro)

[vk.com/igor\_golden](http://vk.com/igor_golden)

[facebook.com/igor.golden.7](https://www.facebook.com/igor.golden.7)