



БРЕНД 2027

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ · 2027

Маркетинговая стратегия бренда на 2027 год

Анализ рынка и конкурентов, целевые сегменты, позиционирование, медиамикс, бюджет и KPI. План действий на 2027 год с опорой на факты 2026 года.

АВТОР

Коммерческий департамент

РОЛЬ

Совет директоров

АУДИТОРИЯ

Для совета директоров и коммерческого департамента

Сравнение с ключевыми конкурентами

Критерий	Мы	Конкурент А	Конкурент Б	Конкурент В
Цена	Средний сегмент	Премиум	Эконом	Средний
Ассортимент	1 200 SKU	800 SKU	2 500 SKU	950 SKU
Дистрибуция	45% покрытие	60% покрытие	30% покрытие	40% покрытие
Медиаприсутствие	Активное	Умеренное	Низкое	Активное

Ключевое преимущество — сбалансированное сочетание цены и ассортимента при активном медиаприсутствии.

SWOT-анализ бренда: приоритеты 2027

S Сильные стороны

Узнаваемость бренда 78%
лояльная база 1,2 млн клиентов
сильный digital-канал (40% продаж)
опытные маркетологи

O Возможности

Рост e-com 18% в 2026
выход в новые регионы
запуск D2C-канала
партнёрства с блогерами
тренд на устойчивое развитие

W Слабые стороны

Зависимость от 2 маркетплейсов (70% e-com)
узкий ассортимент в премиум-сегменте
малый охват офлайн
нет CRM-автоматизации

T Угрозы

Агрессия федеральных сетей
рост стоимости рекламы 25%
демпинг конкурентов
изменение алгоритмов маркетплейсов

Целевые сегменты и портрет клиента

ЯДРО · 50%

Молодые родители

Инсайт: ценят удобство и безопасность. Барьер: недоверие к новым брендам, нужны отзывы и гарантии.

РОСТ · 30%

Активные горожане 25-40

Инсайт: следят за трендами, готовы платить за качество. Барьер: высокая конкуренция, сложно выделиться.

НИША · 20%

Пенсионеры 60+

Инсайт: лояльны, ценят простоту и личный контакт. Барьер: низкая цифровая грамотность, нужна поддержка.

Портреты: демография, поведение, медиапредпочтения — в разрезе сегментов

Ключевое сообщение для каждого сегмента

ЯДРО · 60%

Малый бизнес

Инсайт: «Хочу расти, но боюсь сложных инструментов».

Барьер: страх перед автоматизацией. Сообщение: «Рост без сложности».

РОСТ · 30%

Средний бизнес

Инсайт: «Нужна гибкость под наши процессы». Барьер: ограничения типовых решений. Сообщение: «Гибкость, которая масштабируется».

ЭНТЕРПРАЙЗ · 10%

Корпорации

Инсайт: «Ценим надёжность и безопасность». Барьер: долгий цикл согласований. Сообщение: «Надёжность на каждом уровне».

Единый бренд-месседж: «Технологии, которые работают на вас»

Каналы продвижения: охват, частота, бюджет

Канал	Задача	Бюджет	Прогноз
Digital	Охват 78% · частота 4,2	45%	CPM 320 ₽
TV	Охват 62% · частота 3,1	25%	CPM 480 ₽
ООН	Охват 41% · частота 2,4	15%	CPM 210 ₽
Retail media	Охват 35% · частота 5,0	10%	CPM 290 ₽
PR	Охват 28% · частота 1,8	5%	CPM 150 ₽

Суммарный бюджет: 240 млн ₽ · средний CPL 1 850 ₽

— ПЛАН НА 2027

Активности по кварталам 2027 года

Q1

СЕЙЧАС

Запуск кампании

посев в digital

старт PR-активностей

Q2

ПЛАН

Усиление digital:
performance-кампании,
ретаргетинг,
контент-маркетинг

Q3

ПЛАН

Сезонная акция

партнёрские
интеграции

офлайн-мероприятия

Q4

ПЛАН

Предновогодний
марафон

спецпредложения

итоговая PR-кампания

Структура бюджета 2027 года



■ Digital-реклама	45%
■ ТВ и видео	25%
■ Наружная реклама	15%
■ Промо и BTL	10%
■ Прочее	5%

Плановые KPI на конец 2027 года

65%

Узнаваемость бренда
среди целевой аудитории

45

NPS
индекс лояльности клиентов

180%

ROMI
возврат на маркетинговые
инвестиции

12%

Доля рынка
в целевом сегменте

50 000

Лиды
квалифицированные за год

8%

Конверсия
из лида в сделку

Промежуточные контрольные точки: Q1 — 50% от плана, Q2 — 75%, Q3 — 90%.

Эффективность инвестиций в маркетинг 2027

ROMI

186%

за 2027 год

Окупаемость

14 мес.

с учётом кассовых разрывов

Чувствительность

±8% ROMI

при ±10% к бюджету

План / факт

102%

по итогам 2026 года

ВЫВОД

Рекомендация: утвердить бюджет 2027 года — проект обеспечивает ROMI 186% при окупаемости 14 месяцев.

Ключевые риски стратегии и меры реагирования

01

Экономические

Снижение покупательской способности и рост стоимости рекламы. Мера: гибкий бюджет, перераспределение в эффективные каналы, акцент на удержание.

02

Конкурентные

Активность конкурентов и демпинг. Мера: усиление дифференциации, уникальное УТП, мониторинг и быстрый ответ.

03

Операционные

Сбои в поставках и логистике. Мера: резервные поставщики, страховые запасы, автоматизация процессов.

04

Репутационные

Негативные отзывы и кризис в соцсетях. Мера: система мониторинга, регламент реагирования, работа с лояльностью.

СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Утвердите бюджет и запустите стратегию

Мы подготовили детальный план на 2027 год. Ваше решение сегодня определит темпы роста бренда. Присоединяйтесь к рабочей сессии для финализации бюджета.

Утвердить бюджет

Календарь сессий



СКАНИРУЙТЕ ДЛЯ КАЛЕНДАРЯ
СЕССИЙ