

## ЭТАП 1: ПОДАЧА ЗАЯВКИ НА НОМИНАЦИЮ

### Соберите и взаимодействуйте со своей целевой аудиторией

Поддача заявки — это не просто формальное участие в рейтинге, а запуск стратегического цикла работы с вашим маркетинговым капиталом. Статус номинанта дает вам легитимный и сильный инфоповод для глубокого взаимодействия с рынком. Это период, когда вы фокусируете внимание аудитории на своих преимуществах, переходя от пассивных продаж к активному управлению лояльностью.

#### Маркетинговые задачи этапа:

- **Усиление бренда:** Выход в публичное поле в статусе претендента на лидерство повышает узнаваемость и укрепляет рыночную позицию объекта.
- **Работа над Retention (удержание):** Голосование — идеальный триггер для возврата «спящих» клиентов. Это повод напомнить о себе не через прямую рекламу, а через запрос на поддержку, что кратно повышает лояльность.
- **Сегментация и аудит:** В процессе сбора голосов вы получаете срез своей реальной, активной аудитории. Вы видите, кто готов подтвердить ваше качество действием, что является лучшим индикатором жизнеспособности вашего маркетинга.

**Интеграция в стратегию.** Используйте этот этап как аудит вашей «витрины». Ваша задача — подготовить такие офферы и визуальный ряд, которые не просто соберут голоса, а заставят пользователя совершить повторный визит.

**Бизнес-эффект.** Мы не даем вам готовых клиентов — мы создаем условия, в которых вы можете максимально эффективно поработать со своими. Участие в голосовании — это тренажер для вашего отдела маркетинга: как удержать текущих, как активировать старых и как привлечь новых через инструмент социального доказательства.

## ЭТАП 2: АКТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ

### Конвертация накопленного доверия в рыночные показатели

Призыв к голосованию — это не разовая рекламная акция, а инструмент глубокой сегментации вашего «теплого» контура. Ваша существующая аудитория — это самый качественный маркетинговый актив. Работа с ними в период голосования позволяет актуализировать базу и перевести клиента из категории «пассивного потребителя» в категорию «активного адвоката бренда». Это ваш фундамент: прежде чем привлекать новых, нужно напомнить о себе тем, кто уже вас знает.

#### Стратегические преимущества работы с «теплой» базой:

- **Высокая конверсия (Retention):** Интерактивы через голосование — лучший способ реанимировать «спящих» клиентов без прямой и навязчивой рекламы. Это легитимный повод восстановить связь.
- **Снижение стоимости лида:** Взаимодействие с лояльной базой требует минимальных вложений, но дает максимальный отклик, так как кредит доверия к вашему качеству уже сформирован.
- **Формирование рыночного веса:** Высокая активность ваших текущих гостей служит мощным социальным доказательством для тех, кто еще не знаком с вашим сервисом.

**Управление ценностью.** Привлекая гостя к поддержке вашего бренда, вы увеличиваете его эмоциональную привязанность. Лояльный клиент, совершивший даже простое цифровое действие в вашу пользу, с гораздо большей вероятностью выберет именно вас при следующем бронировании.

**Мостик к масштабированию.** Как только ваша база актуализирована и первый интерес подтвержден голосом — переходите к следующему шагу: превращению этой активности в поток новых клиентов и прямую выручку.

## ЭТАП 3: АКТИВАЦИЯ И МАСШТАБИРОВАНИЕ АУДИТОРИИ

### Создание маркетинговых триггеров для роста охвата и притока новых чеков

На предыдущем этапе вы сформировали пул лояльных сторонников. Теперь ваша цель — капитализировать этот актив, превратив лояльных гостей в ваш бесплатный отдел продаж. Мы используем инфоповод голосования для внедрения агрессивных маркетинговых механик. Вы создаете систему вознаграждений, которая стимулирует ваших клиентов не просто проголосовать, а привести в вашу воронку свой круг общения.

#### Инструменты прямой монетизации и роста базы:

- **Реферальная механика «Приведи друга»:** Внедрите оффер: «Проголосуй за нас и отправь ссылку другу — оба получите специальный бонус или услугу в подарок при следующем визите». Это кратно снижает стоимость привлечения нового клиента за счет личных рекомендаций.
- **Система мгновенных бонусов:** Дарите выгоду здесь и сейчас. «Покажи скриншот голоса администратору и получи [парение / фирменный веник / авторский чай] в подарок». Это мгновенно повышает ценность текущего визита и стимулирует лояльность.
- **Пакетные предложения и акции:** Создавайте лимитированные продукты под инфоповод. Например: «Сет Номинанта» со скидкой только для тех, кто поддерживает вас в рейтинге. Это эффективный способ поднять средний чек и загрузку объекта.

**Экономика вовлечения.** Работа с аудиторией через подарки и бонусы — это не затраты, а инвестиция в расширение воронки. Каждый подаренный бонус окупается за счет вирального охвата в социальных сетях ваших клиентов. Вы получаете рекламу, за которую в обычных условиях пришлось бы платить сотни тысяч рублей рекламным площадкам.

**Запуск вирального контура.** Разработайте простую и понятную систему поощрений. Чем ценнее и понятнее будет ваш подарок за действие (голос + рекомендация), тем выше будет приток новых записей в вашем расписании. Ваша цель — сделать так, чтобы о вашей бане узнали все друзья ваших постоянных гостей.

## ЭТАП 4: МЕДИА-УСИЛЕНИЕ И СТИМУЛЯЦИЯ СПРОСА

### Масштабирование охвата через цепочку «Действие — Выгода — Новая аудитория»

На этом этапе голосование становится главным двигателем ваших охватов. Каждое упоминание вашей бани пользователем — это бесплатный рекламный показ для всей его аудитории. Ваша задача — создать систему «топлива» для этого процесса: давать клиенту мгновенную выгоду за поддержку, что автоматически запускает алгоритмы рекомендаций в социальных сетях и приводит к вам новых людей.

#### Механика «Вирального захвата»:

- **Проведение розыгрышей:** Введите розыгрыш, освещая его в соц.сетях, желательно прикрепляя кратким видео-роликом для стимуляции пользователей. Проведите розыгрыш среди тех, кто проголосовал, анонсируя достаточно существенную награду, что дополнительно простимулирует других людей к участию в голосовании. Результаты розыгрыша - это отдельная ветка маркетинга, которой можно привлечь внимание людей, любящих участвовать в таких мероприятиях, а для вас - это повод увеличения охвата.
- **Стимуляция «User Generated Content» (UGC):** Поощряйте клиентов выкладывать сторис с отметкой вашей бани и ссылкой на голосование. Например: «Среди всех, кто отметит нас в сторис как номинанта, мы разыгрываем [VIP-день / депозит на услуги]». Это выводит ваш бренд на новые экраны пользователей, которые раньше о вас не знали.
- **Эффект «Популярного выбора»:** Даже если вы не лидер рейтинга, транслируйте сам факт активной поддержки. Показывайте скриншоты отзывов и благодарностей от проголосовавших. Это создает ощущение востребованности и «хайпа» вокруг объекта. Люди хотят идти туда, где сейчас происходит движение.

**Экономика медиа-охвата.** Традиционный таргет стоит дорого и часто проходит мимо цели. Голосование же позволяет вам получать охваты «руками» ваших гостей. Один пост клиента с вашей отметкой может принести больше бронирований, чем рекламный баннер, потому что это личная рекомендация. Инвестируя в «плюшки»

для проголосовавших, вы фактически покупаете рекламное время у лидеров мнений — ваших же клиентов — по самой низкой цене на рынке.

**Перевод охвата в выручку.** Каждый новый всплеск охватов должен сопровождаться призывом к записи. Используйте наплыв новой аудитории: «Нас поддержали уже 500 человек! В честь такой активности мы открываем дополнительное бронирование на [дата]». Не давайте вниманию остыть — превращайте каждого нового подписчика в гостя.

## ЭТАП 5: МАРКЕТИНГОВАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

### Тестирование гипотез и максимизация эффективности вложений

На предыдущем этапе вы создали поток охватов и реакций. Теперь ваша задача — превратить это в предсказуемую систему продаж. Не полагайтесь на интуицию: «какой подарок за голос лучше работает?» или «какой текст поста приносит больше записей?». Используйте период голосования как маркетинговый полигон, чтобы определить, что именно заставляет вашу аудиторию не просто поддерживать вас, а покупать услуги.

#### Алгоритм оптимизации маркетинга:

- **A/B тестирование офферов:** Запустите две разные механики бонусов. Например, в первые 48 часов своей аудитории предложите «бесплатное парение» за голос, а в следующие 48 часов — «скидку на следующий визит». Соберите данные после каждого теста, проанализируйте, какой вариант привел больше записей в журнал. Масштабируйте
- **Анализ отклика (Conversion Rate):** Отслеживайте, какое из ваших рекламных сообщений (видео, сторис, текст) вызывает наибольшее количество обращений в мессенджеры. Инвестируйте время только в тот контент, который дает прямой финансовый выхлоп.
- **Исключение неэффективных каналов:** Если пост про голосование «заходит» в Telegram, но игнорируется в VK — перераспределяйте усилия. Не пытайтесь быть везде: фокусируйтесь там, где ваша «теплая» аудитория дает самый быстрый отклик рублем.

**Бюджетная эффективность.** Главная ошибка маркетинга — тратить ресурсы на то, что не приносит денег. В нашей «лаборатории» мы действуем иначе: каждый ваш бонус за голос — это тест. Если бонус не конвертируется в запись, значит, он не имеет ценности для клиента. Меняйте офферы, пока не найдете ту «золотую связку», которая будет наполнять вашу кассу постоянно, даже вне периода голосования.

**Переход к системным продажам.** Фиксируйте результаты каждого микро-теста. Ваша цель к финалу голосования — иметь на руках «готовый маркетинговый сценарий», который работает как часы. Это знание — ваш главный актив, который останется с вами навсегда, превращая ваш бизнес в самообучающуюся маркетинговую машину.

## ЭТАП 6: МАСШТАБИРОВАНИЕ И СЕТЕВОЙ ЭФФЕКТ

### Снижение стоимости привлечения клиента через виральный цикл

На этом этапе ваша маркетинговая машина выходит на полную мощность. Вы уже знаете, какие бонусы и триггеры работают (результат Этапа 5). Теперь задача — сделать так, чтобы каждый новый привлеченный гость автоматически становился источником еще двоих. Мы создаем «петлю лояльности», где участие в жизни вашего бренда становится для клиента естественным и выгодным процессом, который он транслирует вовне.

#### Механизмы долгосрочного роста:

- **Запуск виральной петли:** Внедрите постоянную механику: «Поделись своим опытом посещения [Ваша Баня] и получи привилегию». Поскольку вы уже протестировали лучшие офферы в ходе голосования, вы точно знаете, какой подарок заставит человека сделать рекомендацию.
- **Снижение маркетинговых издержек (LTV):** Благодаря активности в период рейтинга, вы сформировали ядро лояльных «адвокатов бренда». Теперь ваша выручка растет не за счет покупки дорогого трафика, а за счет органического охвата и высокого процента возвращаемости (Retention).
- **Доминирование в инфополе:** Постоянная активность и упоминания вашего объекта создают эффект «лидера мнений». Даже после завершения голосования за вами сохраняется статус активного, востребованного и медийного игрока, что позволяет удерживать премиальный прайс.

**Бизнес-результат.** Финальная цель — создать систему, которая работает на вас 24/7. Вы не просто «поучаствовали в конкурсе», вы построили работающий маркетинговый контур. Теперь каждый вложенный в сервис рубль возвращается к вам через рекомендации и повторные визиты ваших гостей.

**Мы не продаем вам место в рейтинге. Мы дали вам повод и инструменты, чтобы вы встряхнули свой маркетинг, нашли идеальные офферы и наполнили запись на месяцы вперед. Голосование закончится, но созданная вами база и работающие связи останутся с вами, принося прибыль каждый день.**

## ЭТАП 7: ПЕРЕХОД К СИСТЕМНЫМ ПРОДАЖАМ

### Масштабирование вашего успеха на базе инфраструктуры агрегатора

Голосование дало вам первый импульс и охваты. Теперь ваша задача — превратить этот временный ажиотаж в вечный двигатель продаж. Регистрация в агрегаторе «Чистопар» — это логичное продолжение вашей маркетинговой стратегии. Ваша страница на платформе — это не просто анкета, это ваш главный продающий актив, работающий в экосистеме, куда приходят только целевые клиенты. Это

«самое короткое плечо» до кассы: здесь нет случайных людей, здесь только те, кто готов забронировать отдых прямо сейчас.

### **Почему агрегатор эффективнее любого другого продвижения:**

- **Прямая работа с вашей базой:** Только внутри агрегатора вы получаете эксклюзивный инструмент — возможность делать рассылки по всей базе пользователей, которые взаимодействовали с вашим объектом во время голосования. Это ваш прямой канал для генерации повторных чеков.
- **Целевой трафик с высокой конверсией:** Мы уже привели на платформу людей, ищущих баню. Показать им ваш объект в этот момент — значит получить бронь в разы дешевле и быстрее, чем через контекстную рекламу или социальные сети.
- **Ваш личный «сайт-продавец»:** Страница заведения полностью заменяет классический сайт, превосходя его по SEO-характеристикам и удобству для пользователя.

**Максимум инструментов для лидера рынка.** Чтобы вы могли использовать все маркетинговые решения на 100%, мы рекомендуем активацию максимального пакета услуг. Это инвестиция, которая окупается за счет чистоты воронки и автоматизации:

- **Монополия на внимание:** На вашей странице полностью отсутствует раздел «Другие бани города». Весь трафик и внимание гостя принадлежат только вам.
- **Глубокая аналитика поведения:** Вы получаете расширенные данные о пользователях, источниках трафика и эффективности ваших акций. Это позволяет принимать решения на основе цифр, а не интуиции.
- **Приоритет и доверие:** Спецразмещение в тематических рубриках и знак качества «Проверено ЧИСТОПАР» выделяют вас среди конкурентов и снимают последние барьеры перед бронированием.
- **Командное управление:** Доступ для 3-х пользователей (администратор, владелец, маркетолог) позволяет профессионально управлять профилем и быстро реагировать на запросы.

**НЕ ОСТАНАВЛИВАЙТЕСЬ НА ДОСТИГНУТОМ. ЗАКРЕПИТЕ СТАТУС ЛИДЕРА,  
РЕГИСТРИРУЙТЕСЬ В АГРЕГАТОРЕ И ПОЛУЧАЙТЕ ПОТОК БРОНИРОВАНИЙ В  
РЕЖИМЕ 24/7!**