

Семінар 10. Стартапи і маркетингові комунікації.

1. Поняття стартапу. Динаміка розвитку стартапів. План просування. Використання посередників.
2. Побудова профілей цільової аудиторії. Способи залучення клієнтів.
3. Аналіз ресурсів та можливостей конкурентів. Відкриті он-лайн бази України та зарубіжних країн.
4. Використання тестових досліджень та механізми мінімізації ризиків. Модель AARRR Д. МакКлюра.
5. Безкоштовні ресурси для стартапів на міжнародних ринках. Залучення інвесторів та типи інвестицій.
6. Просування із мінімальними витратами. Перетворення стартапа на компанію із стабільним ростом (модель С. Бланка).