

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗВО “УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ”

Факультет суспільних наук  
Кафедра управління і організаційного розвитку

**Магістерська робота**  
на тему: “Розробка маркетингової стратегії для компанії VJet”

Виконала студентка 6 курсу, групи СУМ 19  
спеціальності 073 “Менеджмент”

Дзюбій М.В.

Керівник к.п.н Решетова Н. Ю

Рецензент Вороновська Р. А.

Львів 2021

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ОПИС КОМПАНІЇ ВЈЕТ</b> .....	6
1.1 Історія створення компанії .....	6
1.2 Місія, візія.....	7
1.3 Цілі компанії на 3 роки.....	7
1.4 Цілі маркетингової стратегії на 2021 рік .....	8
<b>РОЗДІЛ 2. ОПИС ПРОБЛЕМИ</b> .....	9
2.1 Виклики і тенденції у 2021 році.....	10
2.2. Переваги ERP систем.....	11
2.3 ERP система Odoo.....	14
2.4 Аналіз конкурентів.....	17
2.5 Дослідження та визначення проблеми.....	18
2.6 Способи вирішення проблеми.....	21
2.7 Бар'єри переходу.....	22
<b>РОЗДІЛ 3. БІЗНЕС МОДЕЛЬ</b> .....	24
3.1 Модель Остервальдера.....	24
3.2 Swot аналіз.....	25
3.3 Бізнес дизайн.....	26
3.4 П'ять сил Портера.....	28
<b>РОЗДІЛ 4. РОЗРОБКА БРЕНД СТРАТЕГІЇ</b> .....	31
4.1 Побудова бренду.....	31
4.2 Бренд платформа.....	36
4.3 Розробка маркетингового плану .....	42
<b>РОЗДІЛ 5. РЕЗУЛЬТАТИ МАРКЕТИНГОВИХ АКТИВНОСТЕЙ</b> .....	45
5.1 Канали комунікації.....	46
5.2 Аналіз рекламних активностей.....	47

<b>УПРАВЛІНСЬКІ ВИСНОВКИ.....</b>	<b>50</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>53</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>56</b>

## ВСТУП

Глобальна пандемія та економічне потрясіння стало викликом для багатьох компаній. У зв'язку з цим світ поступово перейшов у онлайн-простір. У період локдаунів і повторних хвиль COVID-19 усе більш актуальним стає розширення бізнесу ще й у площину інтернету.

Водночас малий та середній бізнес не так сильно пристосований до таких вимог сучасного світу, як великі компанії. Однак дедалі необхіднішою стає діджиталізація.

Світовий тренд діджиталізації вже став необхідністю, адже нові економічні реалії спонукають керівників компаній більш активно шукати засоби та способи для підвищення ефективності власного бізнесу [1].

Автоматизація бізнесу може допомогти перенести рутинні завдання та їх облік у сервіси і додатки, аби зробити усі процеси більш прозорими та контрольованими. Якщо на підприємстві великий обсяг інформації, обробляти, яку вручну (або наявними засобами автоматизації) стало неможливо (не встигаємо, помиляємося, дорого коштує персонал), то автоматизація це - вихід [1].

Всі ці виклики і тенденції бізнесу нам показують, що українському бізнесу є потрібна комплексна система для управління ресурсами компаніями. Такою найпоширенішою в світі програмою являється ERP система. Саме тому ми вирішили вивести на ринок систему, яка дозволить ефективно керувати компаніями та розвивати економіку країни.

ERP - це абревіатура на англійській мові, українською воно звучить, як „Планування ресурсів для підприємств”. Планування є тим ключовим фактором, яке може гарантувати найкращі результати для вашої компанії. ERP - це програмне забезпечення, яке дозволяє контролювати в одній системі всю необхідну інформацію для нормального функціонування бізнесу [2].

Роботу над виведення нової ERP системи VJet ми також розпочали з планування, а саме моя команда працювала над розробкою маркетингової стратегії для виведення та просування нового продукту на ринку України.

VJet – це комплексне хмарне рішення розвитку та управління бізнесом, це можливість об'єднати всі дані про роботу компанії, проектів та працівників в одній потужній і зручній системі. Ми хочемо допомогти українському бізнесу розвиватись та працювати за міжнародними стандартами [4].

Під час роботи над маркетинговою стратегією компанії ми з командою визначали сегмент цільового ринку, проводили маркетингові дослідження та дізнавались, які болі є в наших потенційних користувачів. Ми вивчали конкурентів, формували портрет споживача, створювали бренд платформу та позиціонування. В роботі над маркетинговою стратегією ми також використовували класичний інструмент 4P, за допомогою якого ми визначили ціну продукту, точки дотику з клієнтом, пропрацьовували нашу ціннісну пропозицію та розробили комунікаційну стратегію. Відповідно до маркетингової стратегії ми сформувавши маркетинговий план та розпочали активну роботу над його реалізацією. Завдяки цьому нам вже вдалось залучити перших клієнтів та впровадити систему VJet в деяких українських компаніях.

## РОЗДІЛ 1

### ОПИС КОМПАНІЇ ВJET

#### 1.1 Історія створення компанії

VJet – це комплексна ERP система для розвитку та управління бізнесом в Україні.

Ідея створення VJet виникла у 2017 році. Тоді на майданчику Львівського IT-кластеру зібралася група ентузіастів, заряджених бажанням допомогти українському бізнесу та знайти альтернативне рішення існуючим системам для управління підприємством.

Основним мотивом була розробка якісної сучасної ERP системи, яка б стала достойною альтернативою існуючим на українському ринку рішенням.

Ця ідея знайшла підтримку серед топ-менеджерів провідних українських IT-компаній, фінансистів та експертів з менеджменту, тож вони долучилася до створення системи.

Орієнтуючись на регулярні дослідження споживчого ринку, розробники VJet поставили собі за мету вирішити "вічні" проблеми клієнтів в роботі з аналоговими продуктами, такі як складність налаштування, обмежений функціонал і необхідність залучення сторонніх осіб для вирішення навіть незначних завдань.

Ціль компанії VJet не лише стати українською альтернативою існуючим рішенням, але й вирішити низку проблем, які стоять перед бізнесом та принципово змінити ринок [4].

У розробці від початку вбудований весь необхідний функціонал для фінансового, податкового, управлінського обліку. Також створено все для автоматичної звітності, організації роботи продажів, закупівель, управління кадрами, складського і виробничого документообігу та інше. Система в реальному часі аналізує доходи й витрати за статтями та проводить контроль

договорів та оплат, а отриману інформацію оперативно формує у комплексну аналітику, що дозволяє бачити актуальний стан бізнесу та швидко приймати ефективні рішення.

VJet створена на міжнародній платформі Odoo, інтегрується з банками та іншими системами через API та адаптована до українського законодавства. Відкрита модульна архітектура VJet дозволяє самостійно створювати додатковий функціонал під власні потреби компанії та готова до роботи після базового налаштування.

## **1.2 Місія, візія**

Наша місія - забути про монополію та закриті системи, позбутися залежності від провайдерів і супроводу, змінити парадигму використання систем з управління підприємством. Ми прагнемо дати поштовх до розвитку компаній за рахунок продукту, а не навпаки.

Наша візія - дати можливість спробувати потенційному користувачу роботу в системі без інвестицій.

Допомагаємо не підлаштовуючись під ваші помилки, а рекомендуючи рішення.

## **1.3 Цілі компанії на 3 роки**

- Заявити про себе на ринку.
- Залучити перших клієнтів.
- Сформуванати амбасадорів продукт.
- Стати №1 рішенням для управління ІТ компанією.
- Отримати 100 клієнтів.
- Розробити нові галузеві рішення (для галузі ресторанів, готелів, магазинів, шкіл).

#### 1.4 Цілі маркетингової маркетингової стратегії на 2021 рік

Ми з командою визначили перелік цілей, яких хочемо досягти цього року,

а саме:

- Вивести на ринок України ERP систему VJet.
- Просувати готове комплексне рішення для управління ІТ компанією.
- Дати можливість спробувати це рішення всім бажаючим ІТ компаніям.
- Отримати 20 клієнтів (ІТ компаній) у 2021 році.



## РОЗДІЛ 2

### ОПИС ПРОБЛЕМИ

Розпочати справу та знайти перших клієнтів - переважно так починається бізнес. Наступним кроком важливо є масштабувати та розвивати компанію.

З цим викликом часто стикаються більшість управлінців, адже з розвитком бізнесу все починає ускладнюватись, замовлення втрачаються, клієнти телефонують із скаргами, що очікують довше чим планувалось. Мабуть не такі очікування про бізнес були на початку.

Більшість з цих проблем пов'язані з різними процесами та відсутністю належного зв'язку між працівниками. Наприклад хтось із торгових представників може зробити замовлення, але забути надіслати інформацію дизайнеру, дизайнер може не сказати, що передає інформацію в друк і зрештою на вирішення таких проблем витрачається багато часу та ресурсу [3].

З ростом компанії проблеми стають значимі і це може стати загрозою для бізнесу. Для вирішення цих проблем потрібне комплексне рішення з можливістю автоматизації певних бізнес процесів, яке б дозволило зберігати всі дані в одному місці.

Ми багато спілкувались з власниками компаній та часто чули від них, що їм для ефективного управління компанією бракує комплексного рішення, яке б дозволило бачити показники бізнесу онлайн. Саме тому виникла ідея створити продукт, який допоможе українським керівникам комплексно управляти компанією та приймати правильні рішення.

Використовуючи ERP систему, ви не тільки отримаєте більше вільного часу, який було витрачено на вирішення дрібних проблем чи проблем із спілкуванням. Ви отримаєте комплексне хмарне рішення для управління та розвитку компанії.

## 2.1 Виклики і тенденції в 2021 році

Ми всі знаємо, що минулий рік став справжнім випробуванням для бізнесу та чимало змін передбачає нам 2021 рік.

Потрібно швидко і гнучко адаптуватися і вибрати правильну модель для організації роботи.

Найцікавішим в минулому році було те, що ми зрозуміли, що працювати з дому є реально. І зараз є безліч досліджень, які показують, що дистанційна робота збільшила продуктивність. Все ж не для всіх компаній це було так ідеально та гладко. Для багатьох компаній - це стало викликом. Потрібно було витратити багато часу на те, щоб налагодити доступ до фізичних серверів для того щоб налагодити роботу і управління кадрами. Саме тому у 2021 році підприємствам потрібно переглянути робочу платформу та бізнес модель для організації дистанційної роботи. Працівникам потрібно надати допомогу, забезпечити офісним обладнання та всіма необхідними речами для роботи. І також важливо моніторити психічне та фізичне здоров'я працівників для того щоб кожен працівник міг працювати з дому комфортно та ефективно.

За останні роки обсяг даних з якими працюють підприємства значно зріс та має і надалі тенденцію зростати. Відповідно нам потрібні хмарні технології для зберігання, захисту та швидкого доступу до даних. Власне у 2021 році важливо підвищити рівень ефективної обробки, аналізу та візуалізації даних. Це вимагатиме додаткових інвестицій від бізнесу але дасть можливість швидко приймати рішення і реагувати на зміни.

В 2020 році відбулась суттєва трансформація бізнесу деякі галузі були суттєво видозмінені. У 2021 році це продовжується і компаніям потрібно та необхідно адаптуватися, оптимізувати витрати та налагоджувати ефективність бізнес процесів та бути максимально гнучкими.

Загалом в тенденціях спостерігається розвиток до подальшої діджиталізація та автоматизація бізнес процесів. Це ще один з таких провідних

бізнес трендів 2021 року. Підприємства повинні оцінити свої бізнес процеси щоб побачити де вони можуть вивести людей з цього процесу тим самим не втратити жодних цінностей, а навпаки здобути додаткові активи, тим що впроваджують автоматизацію на певні бізнес процеси чи залучать робітників на певні етапи роботи.

Відповідно ми бачимо, що вже відбулось багато змін в цьому напрямку. В складському обліку в ланцюгах поставок також в продажах та обслуговуванні.

Зараз яскравим прикладом є чат боти, які автоматично приймають замовлення для обслуговування клієнтів і це стало популярним та поширеним.

Також існує тенденція для працівників мати більше цілей та сенсу в їхній роботі.

Молодші покоління, які починають працювати прагнуть мати ціль працювати в значимих компаніях. Тож компанії мають мати інструменти для рекрутингу щоб правильно підбирати працівників та відповідні інструменти для адаптації та розвитку працівників, як талантів компанії. Для цього існує інструмент HRMS який допомагає відслідковувати розвиток та досягнення цілей працівника.

Важливою складовою є CRM ( система управління взаємовідносинам з клієнтами), яка допомагає якісно конкурувати та ефективно працювати з клієнтами.

## **2.2 Переваги ERP систем**

ERP системи - це є системи для управління ресурсами підприємства. Ці системи мають вже мають досить довгу історію, в світі існує багато таких систем. Але враховуючи можливості, виклики та сучасні тенденції ці системи також дуже активно розвиваються.

Розвиваються перш за все в напрямку хмарних технологій для того, щоб дані зберігалися та був швидкий доступ для їх опрацювання, інтеграція штучного

інтелекту та інших інтелектуальних технологій. Активно розвивають різноманітні мобільні додатки для зручності роботи працівників, менеджерів та керівників бізнесу, щоб мати можливість підключитись та постійно моніторити та бачити, що відбувається на підприємстві. Також дуже важливо отримувати дані в режимі реального часу, щоб постійно моніторити і розуміти де втрачаються кошти, де втрачаються можливості, де можна щось оптимізувати і побачити проблему на початку її існування для того, щоб потім вона нам менше принесла якомога менше збитків. Також є тенденція в розвитку ERP систем до більшого застосування фінансових інструментів та застосування більш потужної аналітики, вона потрібна тоді коли є дуже багато даних в компанії і їх потрібно систематизувати та проаналізувати, щоб зрозуміти, що відбувається та на основі цих даних приймати правильні рішення та планувати розвиток компанії.

Також є тенденція до розвитку цифрового маркетингу та з'являється можливість застосовувати різні маркетингові інструменти та автоматизувати роботу.

І найважливіше, що зараз відбувається в розвитку ERP систем- це те, що вони стають персоналізовані під певні галузі під певні підприємства під певних клієнтів. Ця персоналізація дозволяє підприємствам краще працювати в своїй сфері.

Огляд сучасних платформ для автоматизації бізнес процесів.

ERP системи існують на ринку вже багато років та вони постійно розвиваються. Був проведений порівняльний аналіз різних систем з відкритим кодом. Порівнювали стосовно бізнес покриття бізнес потреб та бізнес цілей підприємства та наскільки вони є зручними для користувачів.

Хотіла б виділити Open source - системи з відкритим кодом. Саме тому, що зараз на ринку нижча ціна на них ніж на звичайні ERP системи. Їх легше і швидше розгортати, вони мають в собі набір бізнес додатків і вони є зручні для користувачів.

Перевагами таких систем є:

- Їх легко налаштувати та зменшити витрати на бізнес в довгостроковій перспективі.
- Вони прості для розуміння та добре поєднуються з діловою діяльністю.
- Не залежать від постачальника.
- Легко навчати працівників та вдосконалювати систему.
- Порівняно простіше оновити систему, ніж інші комерційні ERP.

В світі існує багато систем з відкритим кодом. Це передбачає те, що в будь якій точці світу можуть бути програмісти, розробники і вони дописують функціонал до системи і розміщують їх на плей маркеті, де користувачі можуть скачати це у вигляді додатків до ядрової системи. Кожна компанія чи відповідальна особа може зайти і скачати звідти різні безкоштовні чи платні додатки, спеціалізовані під різні бізнес процеси чи галузі. Це власне і є основною перевагою цих бізнес систем.

Вони легко налаштовуються і зменшують витрати бізнесу в довгостроковій перспективі. Вони є прості і зрозумілі для користувача і добре поєднуються з професійною діяльністю, оскільки є дуже багато розробників по світу і відкритий ринок, тому ці додатки не залежать від постачальника, ви можете самі собі їх вибирати та встановити.

Перевагою є те, що легко навчити працівників та удосконалити цю систему і порівняно простіше оновити цю систему, порівняно з іншими комерційними ERP. Саме тому хмарні ERP користуються популярністю серед малого та середнього бізнесу, адже вони є доступними по ціні та мають можливість кастомізації під різні специфічні потреби бізнесу. Також основною перевагою є короткий час впровадження та можливість інтеграції з існуючими програмами. ERP системи є дуже важливим інструментом для розвитку та управління бізнесу, адже вони збирають всі дані та показують повну картину.

## 2.3 ERP система Odoo

Odoo – це міжнародна платформа, на якій розміщується набір веб-програм для ведення бізнесу з відкритим кодом. Ця система планування ресурсів підприємства це є повноцінна ERP. Вона створена для автоматизації та поліпшення бізнес-процесів.

Місія Odoo полягає в наданні ряду простих у використанні бізнес-додатків, які складають повний набір інструментів для супроводу будь-яких бізнес-потреб. Вони надають мільйонам компаній легкий доступ до програмного забезпечення, яке їм потрібно для запуску та розширення свого бізнесу. [3].

Odoo – це система планування ресурсів підприємства (ERP), створена для автоматизації та поліпшення бізнес-процесів. Odoo надає доступ до управління виробництвом, продажами, звітністю, бухгалтерією, керування персоналом, логістикою, дистрибуцією та іншими процесами [21].

Окрім того, Odoo дозволяє створювати вебсайти, повнофункціональні інтернет-магазини, програми для POS-терміналів, налаштовувати маркетингові кампанії та інше [21].

Всі ці можливості, об'єднані в єдине середовище Odoo, надають повний доступ до керування ключовими бізнес-процесами компанії, спрощують взаємодію між відділами та дозволяють відслідковувати ефективність маркетингових активностей [21].

Станом на сьогодні у світі є понад п'ять мільйонів користувачів Odoo. Серед основних відомих брендів, які вже використовують Odoo є Danone, Toyota, Hyundai, WWF, McKinsey, Shell [3].

Платформу Odoo також вже використовують і в Україні, такі компанії, як Auchan, Tabletochki, Chicco.

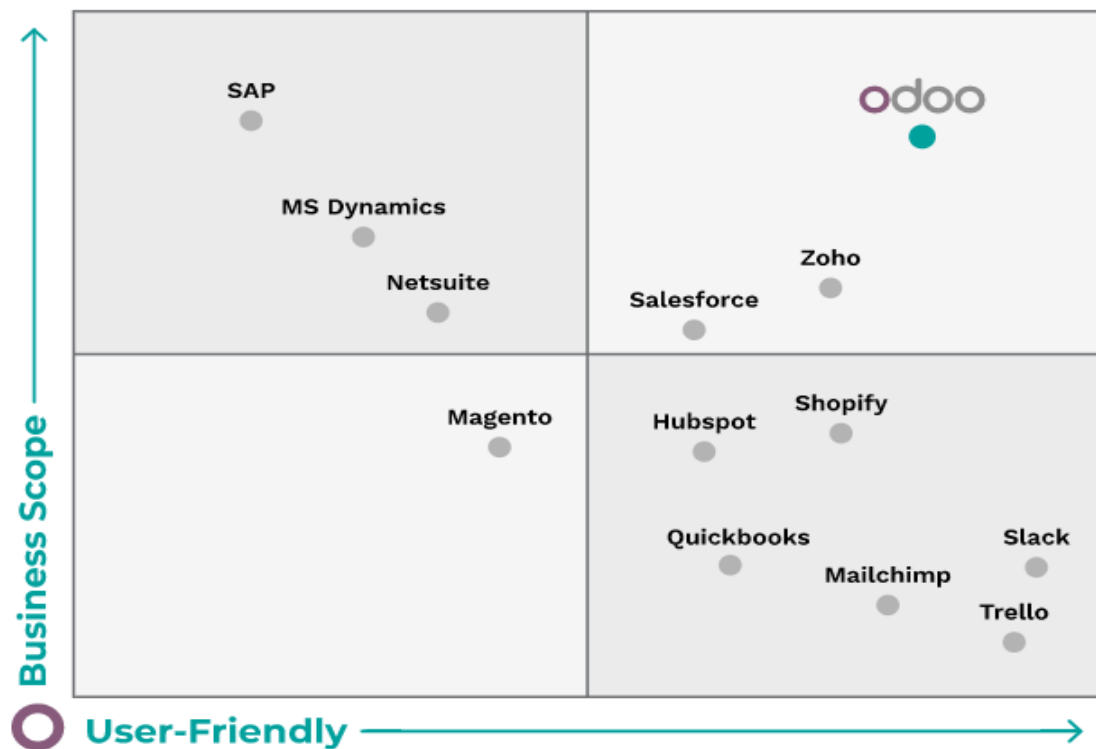


Рис. 1.2 Порівняльний аналіз системи Odoo з іншими системами [3]

Порівняльний аналіз на рис. 1.2 Odoo з популярними програмними інструментами, зокрема з відомими системами в галузі ERP, такими як Oracle, SAP та Microsoft Dynamics. Сфера діяльності стосується того, наскільки охоплені бізнес-процеси. Зручність користування досить проста, що означає простоту навчання та використання. Одноцільові програми, такі як Slack для чату та Trello для управління завданнями, дуже популярні, оскільки вони містять лише необхідні функції та мінімальну конфігурацію, необхідну для їхньої ніші. Специфіка ведення бізнесу в кожній країні відрізняється. Різні платіжні системи, податкові особливості. Відповідно ми не можемо взяти готове рішення, яке класно працює в Франції і використовувати його в Україні.

Ринок України великий і ми шукали рішення, яке відповідає міжнародним стандартам та адаптували його до реалій ведення бізнесу в Україні.

Odoo позиціонує себе, як система, яка здатна охопити бізнес комплексно,

зберігаючи при цьому зручну для користувачів платформу.

VJet — нова система, адаптована до реальності ведення бізнесу в Україні. Продукт створений на міжнародній платформі Odoo, що допоможе українському бізнесу швидше досягти міжнародних стандартів управління. Ця система допоможе заробити гроші, заощадити та здобути нові можливості. Завдяки системі ви 24/7 бачите свій бізнес онлайн і можете швидко приймати правильні рішення [4].

На різних етапах роботи до формування і створення продукту долучились представники декількох сфер бізнесу, експерти компанії SoftServe, BusinessJetPro, що втілила у життя цей проект в тісній співпраці з асоціацією Odoo в Україні та партнерами з LVBS та Lviv IT Cluster.

Основна наша перевага в тому, що нам вдалось об'єднати усі системи в одне ціле. У нас є платформа в якій ведеться фінансова, бухгалтерська та управлінська звітність в одній системі. Також в системі є HRMS, CRM та інші потрібні та необхідні підприємству складові. Таким чином мінімізується використання багатьох систем і в результаті ви економите гроші на супроводі, підтримці та ліцензіях на інші системи, а також не втрачаєте даних та часу на консолідацію.

Система VJet об'єднала в собі всі ці процеси та допомагає проводити повноцінний фінансовий, бухгалтерський та управлінський облік. Як результат такого об'єднання та візуалізації даних ви може приймати ефективні, швидкі управлінські рішення та бачити бізнес онлайн.

Доступ до системи VJet клієнти мають 24/7 і можуть бачити стан їхнього підприємства в зручних звітах та дашбордах. Також в системі є передбачена багаторівнева аналітика в реальному часі. В кожному підприємстві в кожній галузі є свої ключові аналітичні елементи. В системі передбачено багато різних застосувань аналітики паралельно, відповідно використовуючи багатогранну аналітику ви зможе побачити аналітику в розрізі компанії, проекту, клієнтів,



працівників чи товарів.

Ви зможете зрозуміти, які проекти для вас є цікаві та які операційні процеси для вас є більш ефективні, таким чином проаналізувати роботу компанії.

## **2.4 Аналіз конкурентів**

На ринку України існує декілька ERP систем, але вони розраховані на великий бізнес. Наша цільова аудиторія це малий та середній бізнес, який переважно використовує систему 1С, її можна вважати монополістом на ринку, адже більшість українських компаній використовують саме її.

За експертними оцінками, в Україні близько 300 000 компаній користуються 1С. Частка цього ПЗ серед програм для бухгалтерського обліку коливається в межах 80%. результати за грудень 2018 [5].

Система 1С це ефективне рішення для бухгалтерії, але вона також має обмежений функціонал та не є комплексним рішенням. Часто систему щоб використовувати системи 1С вам потрібно знайти фахівця та розробити ряд індивідуальних рішень саме під ваш бізнес і часто цей процес не є швидким та існує багато нюансів при дописуванні системи. Незважаючи на всі ці моменти люди купують цю систему, адже ринок таких систем в Україні тільки розвивається і ще немає великого вибору, тому клієнтам не має з чого обирати. Розуміючи, що більшість компаній вже використовують 1С та вклали в неї кошти, не будуть готовими від них так швидко відмовитись навіть якщо стикаються з різноманітними труднощами в роботі. Саме тому ми в системі VJet зробили можливість інтеграції з 1С та іншими існуючими системами, які використовує компанії. Перелік програм з якими вже є налаштована інтеграція зображений на рис. 2.2.

## Інтеграція з різними системами

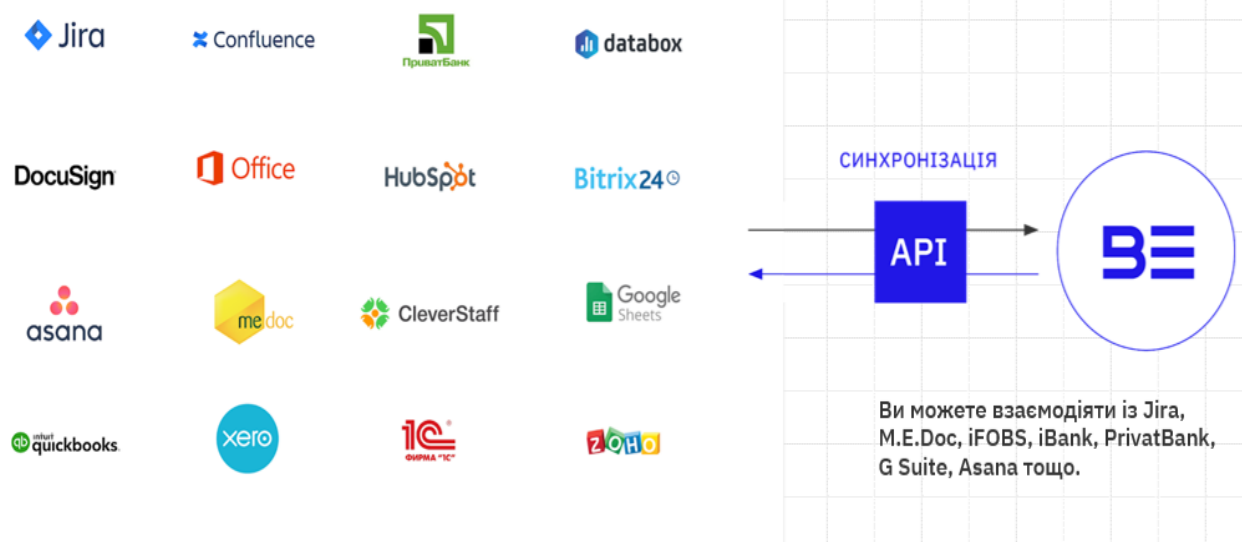


Рис. 2.2 Інтеграція VJet з іншими системами

### 2.5 Дослідження та визначення проблеми

Для визначення потреб та болей клієнта ми провели два типи досліджень: якісне та кількісне. Перед початком створення продукту ми провели близько п'ятнадцяти глибоких інтерв'ю з власниками компаній та фінансовими директорами. Результати досліджень допомогли нам дізнатися, якими продуктами вони зараз користуються, які в них є болі та з якими викликами в роботі вони стикаються. Ця інформація дала нам розуміння, на, що звернути увагу та, які очікування від продукту є в потенційних клієнтів. Ці дані допомогли нам створити продукт, який дозволить закривати більшу частину болей клієнтів.

На етапі запуску ми провели ще кількісне дослідження, в якому взяло участь двадцять керівників компаній. Метою дослідження було зрозуміти, що змінилося за 2 роки та, які можливо нові продукти почали використовувати клієнти чи можливо вони зіткнулися з новими викликами в управлінні бізнесом.

Наприклад одним з нових викликів стала робота з дому під час пандемії, а саме виникла потреба в хмарних рішеннях щоб кожен працівник мав можливість працювати віддалено. Також важливим викликом стала комунікація між

працівниками. Ці виклики додали ще більшої цінності системі VJet, адже система є хмарною та комплексною, що дозволяє працювати працівникам віддалено та взаємодіяти з колегами в єдиному інформаційному полі та бачити всю потрібну їм інформацію.

Результати кількісного дослідження показали нам актуальні проблеми зображені на рис. 3.2 з якими стикаються керівники компаній.

Вкажіть, які у вас є проблеми з поточними програмами для управління бізнесом?

18 відповідей

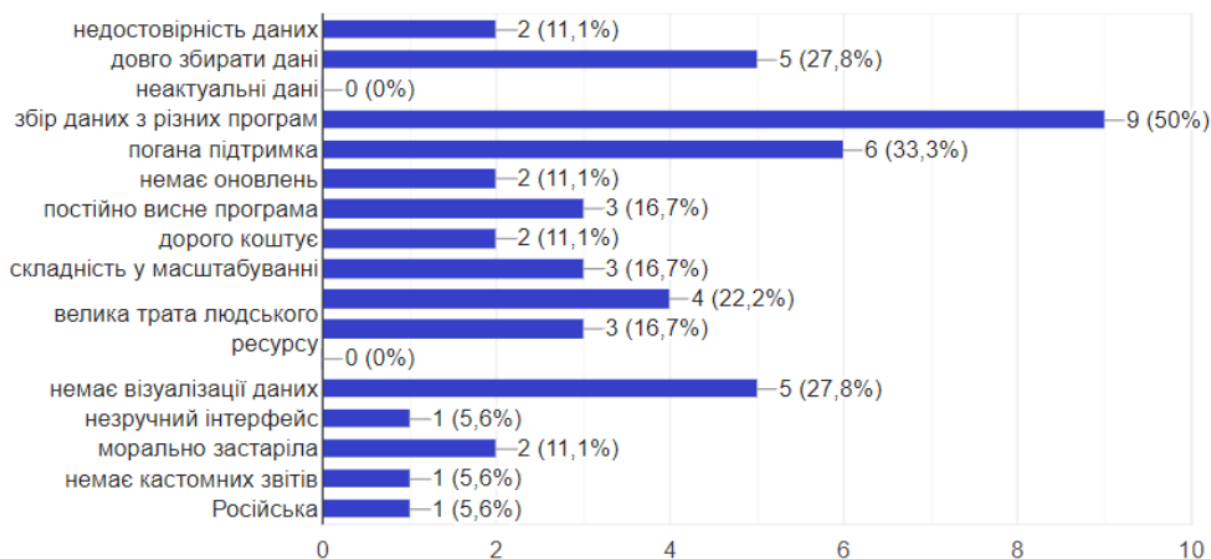


Рис. 3.2 Результати дослідження визначення проблем з програмами для управління бізнесом

В результаті ми бачимо, що 50 % опитаних мають проблему зі збором інформації, адже компанії використовують понад 7 різних програм для управління бізнесом, які часто між собою не синхронізуються та потребують багато часового та людського ресурсу для їх ведення. Ми дізналися про цю проблему, ще під час проведення глибоких інтерв'ю і розробили VJet, як комплексне рішення, що дозволяє вносити всі дані в одну систему, швидко формувати потрібні звіти та управляти компанією.

За результатами кількісного дослідження зображеного на рис. 4.2 ми також визначили, що серед керівників компаній 55% відсотків використовують Excel, як інструмент для формування управлінських та фінансових звітів.

30 % опитаних використовують онлайн інструмент Google sheets.

15% використовує 1С для формування управлінської звітності.

Яким інструментом для формування управлінських та фінансових звітів ви користуєтесь?

20 відповідей

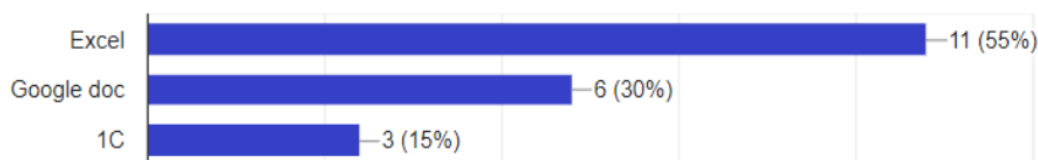


Рис. 4.2 Інструменти для формування управлінських та фінансових звітів

Ведення бізнесу в електронних таблицях є викликом, а згодом і проблемою для багатьох компаній, адже 90 відсотків усіх електронних таблиць мають помилки. Майже кожен п'ятий великий бізнес зазнав фінансових збитків внаслідок помилок у електронних таблицях. У більшості випадків великі компанії можуть покрити ці збитки, але малий та середній бізнес зазвичай не можуть [6].

Навіть найбільш ретельно розроблені, випробувані та перевірені електронні таблиці мають помилки в 1 відсотку всіх клітинок та формул. У більших електронних таблицях з тисячами формул (які, погодьтеся, існують у кожній компанії) є десятки помилок [6].

## 2.6 Способи вирішення проблеми

Чому так багато помилок виникає у таблицях? Причин насправді дві. По-перше, електронні таблиці - хоча вони створили тисячі нових компаній і спричинили мільйони звільнень - все ще створюються людьми. І люди роблять

помилки. По-друге, із зростанням електронної таблиці зростає і складність. І зі складністю з'являється більше можливостей для помилок. У деяких випадках вам може дуже пощастити, і помилки не впливають на кінцеві результати. Але в інших випадках, вони можуть мати тривалий вплив. На відміну від електронних таблиць, хмарні ERP - це пряме вікно у фінансові дані компанії, без подальшого вилучення та перетворення даних. Планування, складання бюджету та прогнозування ніколи не будуть настільки простими чи точними [6].

COVID поставив дистанційну роботу на перший план бізнес-процесів та планування, а підприємства, які традиційно не пов'язані з дистанційною роботою, такі як виробничі компанії, змушені застосовувати дистанційну роботу та відповідні технології спільної роботи. Хмарна ERP дозволяє більшу частину роботи, яку раніше потрібно було виконувати на місці, тепер виконувати віддалено. ERP надає віддалений доступ персоналу до необхідної інформації незалежно від того, де вони перебувають. Це дозволяє працівникам, які не перебувають в офісі, працювати віддалено, з усією необхідною інформацією для прийняття рішень у режимі реального часу. ERP дозволяє різним виробничим підрозділам спілкуватися між собою, підвищуючи продуктивність, співпрацю та дозволяючи використовувати дані в режимі реального часу [7].

Саме тому ми розробили комплексну ERP систему VJet для потреб малого та середнього бізнесу, адже в результаті досліджень зрозуміли, що українському ринку бракує комплексного, доступного хмарного рішення, яке допоможе управляти компаніями та дозволить керівника приймати правильні рішення.

## **2.7 Бар'єри переходу**

Звичайно, що існує ряд бар'єрів при переході на ERP систему. По перше складна міграція, ми в VJet розробили метод швидкої міграції.

Досить часто закриті ERP системи не мають готових рішень для конкретних галузей. Ми в свою чергу розробляємо готові галузеві рішення під

потреб різних сфер.

Більшість ERP системи в Україні потребують дорогого доопрацювання.

Перевагою VJet є те, що вона розроблена на міжнародній платформі Odoo та є модульною і клієнти мають завжди можливість доступно купити потрібний додаток функціоналу для вирішення своєї потреб.

Побуває думка, що ERP система це виключно рішення для великих компаній.

Насправді цей рік і виклики та можливості цього року показали, що компаніям потрібно мати комплексний інструмент, щоб і операційно вести свою діяльність, вести CRM, HRMS. Відповідно компанії усвідомили, що їм потрібен комплексний інструмент, особливо якщо вони планують розвиватись, масштабувати чи заходити в інші галузі та розвивати нові напрямки власне тоді їм потрібна ERP.

Переважно ERP системи є дорогим рішенням, але ми старалися зробити VJet максимально доступним по ціні для малих та середніх підприємств.

Система VJet має зручний та інтуїтивний інтерфейс, що сприяє швидкому навчанню та легкому користуванню системою.

Одним з бар'єрів є довгий час впровадження. Ми знали про цю проблему і зосередились на цьому, та зробили процес впровадження набагато швидшим і в середньому зараз він триває від 1 місяць до 3 місяців.

Інтеграції та міграції з іншими системами.

Більшість систем вже мають певні системи та потребують інтеграції між системами або переходу в одну систему.

Система VJet має інтеграцію зі всіма банками України та через API має можливість взаємодіяти із Jira, M.E.Doc, iFOBS, iBank, PrivatBank, G Suite, Asana тощо. Не всі системи мають API, тому ми маємо інші можливості міграції даних.

Дані та доступ до системи.

Система VJet є хмарною та має сертифікацію ISO 27000, тому ваші дані є

безпеці. Доступ до сховища маєте лише ви та люди, котрим ви вирішите його надати. Вхід в систему захищений двофакторною аутентифікацією. Задля запобігання втрати даних система автоматично створює резервні копії даних. Важлим фактором є адаптація до потреб бізнесу. Ми хочемо щоб система VJet була адаптована до кожної галузі, тож ми сформували карту розвитку. Зараз ми маємо готове рішення для ІТ компаній та працює над рішеннями для інших галузей.

## РОЗДІЛ 3

### БІЗНЕС МОДЕЛЬ

Дуже важливим є обговорити цілі проекту та зрозуміти, хто є нашим конкурентом. Продуктивно працювати нам допомагає канва бізнес-моделі, це один з найпопулярніших інструментів некласичного бізнес-планування, запропонований швейцарським консультантом і теоретиком Олександром Остервальдер. Даний інструмент підходить, як для стартапів, так і для досвідчених компаній. Ми заповнюємо та використовуємо бізнес канву, як базу для роботи.

#### 3.1 Модель Остервальдера

Найбільш популярним шаблоном бізнес-моделювання є бізнес-модель Остервальдер (Business model canvas) - схема з дев'яти блоків - ключових елементів бізнесу. Використовуючи її, ви зможете описати роботу компанії на одному аркуші та зможете знайти слабкі місця і визначити точки росту [8].

Ми з командою розробили бізнес модель для компанії VJet.

Ключові партнери компанії є: Odoo, JetSoftPro, IT Cluster, LVBS, ОСА Україна, SoftServe.

Ключова діяльність: розробка готових рішень, індивідуальних програмних продуктів, консалтинг.

Ключові ресурси: платформа Odoo, працівники, підрядники, офіс.

Ключові пропозиції: хмарне рішення для управлінської, фінансової та бухгалтерської звітності, швидке впровадження, модульність, хмарний доступ, відкритий код, інтеграція з іншими програмами через API, доступне по ціні рішення та наявність команди розробників та аналітиків.

Відносини з клієнтами: консультація бізнес аналітиків, зворотній зв'язок, комунікація з менеджером проекту та індивідуальні запити.



Канали комунікації: сайт, соціальні мережі, реклама, партнери, вебінари, персональні комунікації, консультанти.

Сегменти користувачів: ІТ компанії, готельно ресторанна галузь, роздрібна торгівля, освітні заклади тощо.

Структура витрат: зарплати працівників, маркетингові витрати, робота підрядників, оренда офісу, сервер, ліцензії.

Структура доходів: прямі продажі, продажі через партнерів, консалтинг, допомога при впровадженні.

### **3.2 SWOT-аналіз**

SWOT-аналіз - це неймовірно простий, але потужний інструмент, який допоможе розробити свою бізнес-стратегію, незалежно від того, будете ви стартап чи керуєте існуючою компанією. Також його використовують для стратегічного аналізу, який використовується при розробці маркетингової стратегії компанії і / або при визначенні першочергових завдань, необхідних для досягнення річних цілей компанії [9].

Ми з командою зробили SWOT аналіз для компанії VJet.

#### **Сильними сторонами VJet ми визначили:**

Комплексність.

Стабільність, надійність.

Легкість в користуванні, гнучкість.

Відповідність стандартам.

#### **Слабкими сторонами є:**

1С – сильний конкурент з великою часткою ринку.

Загроза появи нового конкурента.

#### **Можливості компанії:**

Новітність продукту.

Галузеві рішення.

Модульність системи.

**Загрози:**

Нові на ринку.

Немає багато кейсів впровадження.

На основі SWOT аналізу ми визначивши слабкі та сильні сторони ми зрозуміли, що конкурувати з 1С буде непросто, адже попри всі незручності системи 1С, компанії інвестували в неї багато грошей та не готові повністю відмовитись від неї і перейти на нову невідому для них систему. Ми прийняли рішення зробити інтеграцію з 1С та дати можливість користувачам працювати у двох системах і з часом при бажанні вони зможуть перейти повністю на VJet. Адже ERP система є комплексним рішенням та має багато переваг. Також ми зрозуміли, що прийняття рішення про перехід на нову систему є складним та довгим для клієнта.

### **3.3 Бізнес дизайн**

Бізнес дизайн дає можливість стратегічно подивитися на бізнес та допомагає компаніям змінювати на краще за рахунок системного мислення у всьому.

Розглянемо 5 елементів бізнес дизайну про які розповідає Адріан Сливоцький [10] .

Клієнти VJet - це власники малого та середнього бізнесу та фінансові директори. В той же час ми зрозуміли, що великі корпорації не є нашими клієнтами.

Наша ціннісна пропозиція - це дати можливість керівникам бачити фінансові показники компанії в режимі реального часу. Наші клієнти потребують використовувати одне комплексне рішення і працювати за міжнародними стандартами, а не використовувати безліч розрізнених програм, які не

синхронізуються між собою. Ми пропонуємо користувачам комплексне рішення для управління бізнесом та можливість бачити бізнес онлайн та приймати правильні рішення.

Основою моделі прибутковості компанії VJet є місячна підписка на користування системою та прибуток з впровадження системи.

Стратегічний контроль компанії полягає в розробці власних модулів адаптації міжнародної системи до реалій ведення бізнесу в Україні.

Перевагою системи VJet є те, що вона розроблена на базі міжнародної платформи Odoo, яка вже 25 років успішно працює на ринку та має більше 5 мільйона користувачів у всьому світі.

Спектром діяльності компанії є продаж продукту та його провадження, а також консультації експертів. Моделювання бізнес процесів та інтеграцію ми готові віддати в роботу підрядникам.

Використання бізнес дизайну дозволило нам на одному аркуші побачити основні складові нашої компанії та визначити для себе пріоритетні точки та сфокусуватися над їх розвитком. Цей інструмент допоміг нам дати відповіді на ряд важливих запитань: хто мій клієнт, які клієнти дозволяють, яких клієнтів ми не хочемо обслуговувати. Ми зрозуміли, як нам створювати додаткову цінність для клієнта та що унікального для вирішення та задоволення потреб клієнта ми пропонуємо. Також ми визначили модель прибутковості компанії[10]. Компанія VJet працює на моделі місячної підписки. Така модель є зручною для компаній малого та середнього бізнесу, адже їм не потрібно зразу інвестувати багато грошей в програмне забезпечення, а так вони щомісяця сплачують фіксовану суму за користування системою.

“Щоб стати успішною компанією нам потрібно швидко розвиватися, мислити нестандартно, динамічно реагувати на запити клієнта – це і є одними з ключових факторів успіху в асиметричній конкуренції.” Адріан Сливоцький. [11].

### 3.4 П'ять сил Портера

А що буде з бізнесом через 5 років? Наскільки виправданий запуск нового товару або послуги? Як сильно зміниться конкуренція в ніші? Ці і багато інших запитань постійно переслідують власників малого бізнесу. І це не дивно, адже ситуація на ринку мінлива. Ніхто не міг передбачити Covid - 19, який трансформував частину бізнесу.

Те, що було популярно сьогодні, завтра може стати неактуально. Лояльні клієнти можуть піти до конкурентів, а постачальники подвоїти ціни, вважаючи себе монополістами. Як можна прогнозувати ці зміни?

Що загрожує бізнесу в перспективі?

Теорія Майкла Портера для оцінки потенційних ризиків була розроблена в далекому 1979 році, але зберегла популярність аж до сьогодні. Вона полягає в оцінці можливих несприятливих подій, які можуть так чи інакше вплинути на бізнес в майбутньому. Аналіз проводиться в розрізі 5-ти факторів, або так званих п'яти сил [12].

П'ять сил Портера, що впливають на розвитку бізнесу:

Покупці;

Постачальники;

Діючі конкуренти;

Нові конкуренти;

Товари-замінники.

Творець теорії стверджує, що кожен з цих факторів робить певний тиск на бізнес. В деякій мірі вони вважаються зовнішніми (оскільки компанія ніяк не може на них вплинути).

Однак експерти в області маркетингу стверджують, що аналіз за методом 5 сил Портера все ж більше є внутрішнім, оскільки вивчає вплив факторів на конкретну компанію з урахуванням її сильних і слабких сторін. В результаті власник бізнесу отримує ефективну стратегію розвитку бізнесу, що мінімізувала

ризика в майбутньому.

Переваги та недоліки методики.

Цей метод аналізу дозволяє зробити оцінку перспективи розвитку бізнесу (через 5,10 років і більше). Тобто він буде актуальний в тому випадку, якщо ви плануєте запуск нової стратегії розвитку, випуск нового продукту або анонсування послуги.

Також методика підійде власникам стартапів, які хочуть оцінити можливі ризики в перспективі розвитку проекту. Або тим, хто тільки обирає бізнес-нішу для інвестування.

Плюси аналізу за методом 5 сил Портера:

- Оцінка ризиків. За допомогою методики ви визначите, які фактори можуть загрожувати розвитку бізнесу в майбутньому;
- Оцінка бізнес-процесів. Проаналізувавши внутрішню кухню підприємства, ви дізнаєтеся, що сприяє розвитку, а що, навпаки, тягне вниз.
- Ухвалення грамотних рішень. Зіставлення можливих зовнішніх загроз і слабких місць в компанії дозволить вам розробити грамотну стратегію майбутнього розвитку.

Цей метод оцінки допомагає приймати раціональні рішення. У деяких випадках це може бути закриття підприємства з метою виключення банкрутства і боргів в майбутньому. Наприклад, в тому випадку коли стратегія свідомо збиткова.

Що стосується мінусів методики, то можна сміливо сказати, що теорія геніального Майкла Портера неефективна для швидкого прийняття рішень тут і зараз. Вона орієнтована на перспективу, 5,10 і більше років [13].

Проаналізувавши VJet за 5 силами Портера, ми визначили, що тиск покупців є високим, адже всі привикли вести облік в 1С і перевести людей в нову систему є викликом, адже часто люди стикаються з супротивом вивчати щось нове.

Тиск постачальника VJet також є дуже високим, адже система не самописна, а розроблена на базі відкритого коду на платформі Odoo і є залежною від неї.

Діючі та нові конкуренти маю не дуже високий тиск, адже ринок ERP систем в Україні ще тільки розвивається

Товари замітники маю тиск на бізнес, адже для управлінської звітності багато компаній використовують Excel. Також існує безліч розрізнених сервісів, які точково закривають проблеми клієнтів.

## РОЗДІЛ 4

### РОЗРОБКА БРЕНД СТРАТЕГІЇ

Бренд — це феномен, пов’язаний із вірою людини, — відповідно, його неможливо побудувати відразу, як за помахом чарівної палички. Мінімальний термін побудови бренду становить три роки. За цей час ідея закарбовується у свідомості людей, а потім знаходить своє відображення у зростанні продажу. Як явище бренд існує тому, що кожний з нас хоче комусь довіряти, у щось вірити [14].

Ми живемо у світі, яким керують не продукти чи інновації, а бренди. Вони поводяться як люди, спілкуються з користувачами та відстоюють свої переконання. Деякі з них перетворюються на релігії, а їхні керівники — на кумирів мільйонів. Споживачі готові боротися за такі бренди, добровільно рекламувати їх та віддавати їм свої чесно зароблені гроші. Кожен із таких «промоутерів» за індексом NPS згодом приводить щонайменше одного нового клієнта.

Бренд як окремий актив бізнесу має свою вартість, яка часто перевищує вартість матеріальних активів, як-от Coca-Cola чи Apple. Без розуміння бренд-процесів ми сприймаємо такий успіх як фарт чи магію. Насправді ж такі компанії розвиваються за певним алгоритмом визначених дій, в якому дослідження та створення стратегії мають найбільшу вагу [15].

#### 4.1 Побудова бренду

Для того, щоб побудувати потужний бренд, бізнесу потрібно докласти зусиль. Якщо зробити все правильно, то згодом вони допоможуть компанії міцно зафіксуватися на мінливому ринку, а бренду стати важелем генерації прибутку [15].

“Мистецтво маркетингу - це мистецтво створення бренду. Якщо ви не

бренд, то ви - товар. Тоді річ тільки в ціні, і перемагає той, хто продає дешевше.” Філіп Котлер [16].

Звісно, бренд — не єдиний фактор успіху бізнесу, взаємопов’язаність елементів успішного бізнесу зображено на рис. 1.4. Раціональні переваги та хороший продукт також важливі, проте він значно збільшує ймовірність процвітання бізнесу [15].

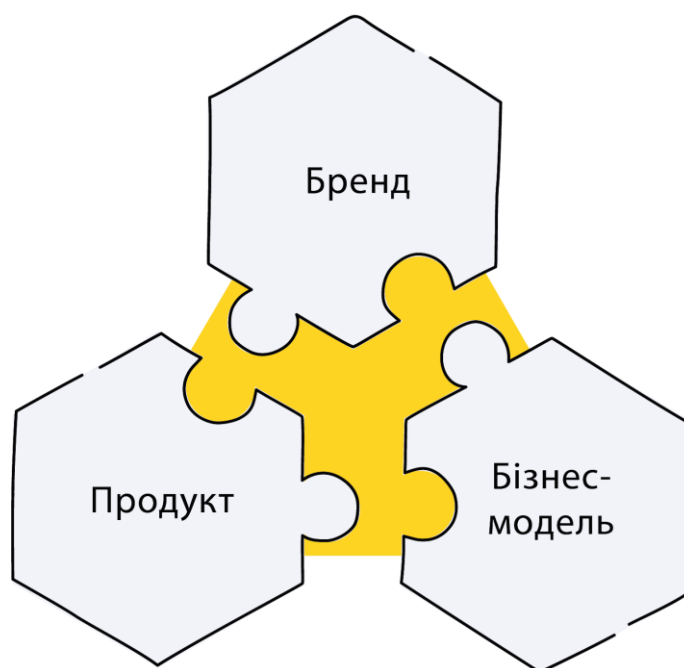


Рис. 1.4 Взаємопов’язаність елементів успішного бізнесу [15]

### **Впізнаваність бренду**

Впізнаваність бренду часто недооцінюють, а цей актив впливає на сприйняття, перевагу і навіть поведінку. Люди люблять все знайоме і готові приписувати різні позитивні атрибути предметів, які вони вважають знайомими. Впізнаваність бренду може бути сигналом успіху, прихильності і реальної цінності, атрибутом, що має вирішальне значення для покупців товарів промислового призначення і товарів тривалого користування. Логіка така: якщо бренд впізнаваний, для цього є причина. І нарешті, впізнаваність може впливати на те, чи згадує про бренд покупець в ключовий момент в процесі покупки,



вибираючи товар серед інших знайомих йому брендів [17].

Саме тому, більшість бізнес-цілей орієнтовані на покращення впізнаваності бренду. Йдеться про піраміду бренду, яка зображена на рис. 2.4. Вона відображає стадії формування стосунків користувача та продукту.

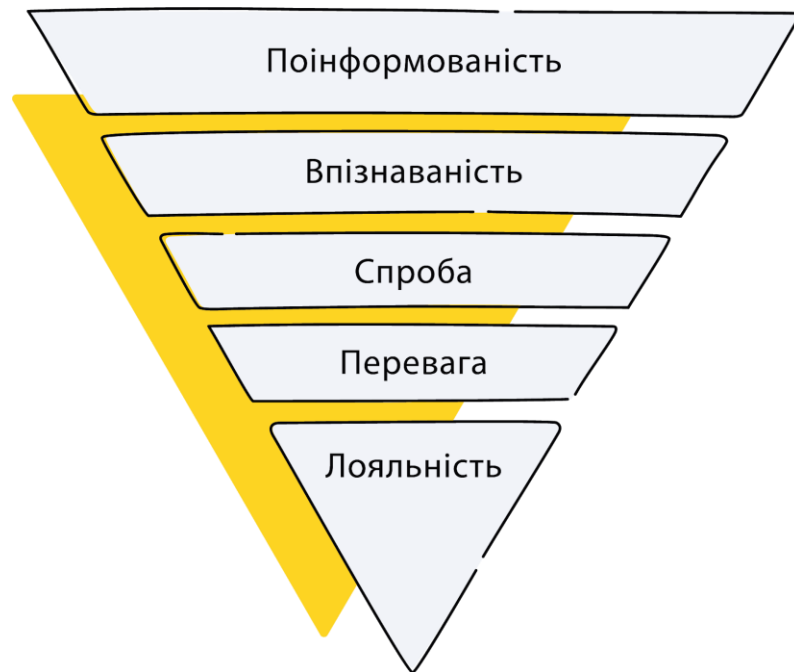


Рис. 2.4 Піраміда лояльності користувача [15]

На першому етапі стосунків користувач має бути проінформованим про існування бренду та його переваги. Зазвичай, саме тоді компанії використовують активації користувача та таргетовані рекламні кампанії, розміщують інформацію про продукт на ресурсах, близьких цільовій аудиторії [15].

На другому етапі в нашій роботі ми використовуємо наступні інструменти:

- Сайт на якому користувачі можуть прочитати інформацію про продукт та зареєструватися на перегляд демо версії.
- Сторінки в соціальних мережах Facebook, LinkedIn та Youtube. Там можна більше дізнатися про продукт та слідкувати за розвитком компанії та новими функціями продукту.

На третьому етапі використовуємо рекламні інструменти з метою повторного контакту.

- Таргетингова реклама за допомогою якої ми можемо охопити цільову аудиторію та зацікавити їх продуктом.
- Вебінари на цікаві для аудиторії теми.
- Емейл розсилки.

На четвертому етапі ми даємо користувачам доступ до тестового середовища, де він має можливість ознайомитись та попрацювати в системі. На цьому етапі наш продукт має стати найкращим засобом задоволення потреб клієнта. Користувацький досвід та раціональні характеристики є найважливішими чинниками, які визначають, чи зможе він перейти до наступного етапу. Якщо перший досвід користувача був позитивним, то є велика ймовірність, що клієнт робитиме повторні покупки, а саме продовжуватиме підписку з доступом до нашої системи.

І тільки якщо цінності бренду та його комунікація знаходять свій відгос у переконаннях користувача, компанія зможе перейти на етап лояльності та купівлі. Бренд почне працювати на бізнес, лише тоді коли він матиме дійсно лояльних користувачів. На цьому етапі основне завдання компанії — підтримувати бренд та правильно реагувати на ринкову конкуренцію [15].

Лояльність до бренду - це саме “серце” цінності будь-якого бренду, тому що, будучи якось досягнутою, вона залишиться надовго. Перевагою у покупця за інерцією буде користуватися той бренд, який заслужив лояльність [17].

Усвідомлення власного розташування у піраміді впізнаваності бренду допомагає бізнесу чітко визначити подальші цілі розвитку та сформулювати тактичні задачі для зміцнення своєї позиції на ринку [15].

Ми з командою використали цей інструмент і створили піраміду для VJet.

### **Складові успішного бренду.**

Зараз багато бізнесів усвідомлюють, що бренд потрібно створювати або

змінювати. Коли вони намагаються зробити це власноруч, то помічають, що маркетинг стає основним джерелом витрат, але не приносить очікуваної конверсії. Усі типові помилки передбачити неможливо. Побудова бренду вимагає часу та потрібно до цього підходити системно.

Щоби раціонально використовувати свої ресурси та ефективно розвивати бренд, компанія насамперед має сформулювати три елементи: бренд-стратегію, стратегію комунікацій та візуальну ідентичність. Бренд має стати не ефемерним обличчям бізнесу, а певним персонажем, якого можна легко уявити, з яким можна знайти спільну мову [15].

Основні етапи над якими ми працювали під час створення бренду VJet:

- Дослідження ринку.
- Дослідження цільової аудиторії.
- Розробка бренд стратегії.
- Розробка комунікаційної стратегії.
- Створення візуальної ідентичності.
- Імплементация.

Першим етапом будь-якого проекту є проведення стратегічних сесій. Вони потрібні для того щоб скласти картину розвитку компанії та бренду. В результаті роботи ми знайшли відповідь на основні запитання:

1. Хто ми?
2. Хто наш користувач?
3. Що ми пропонуємо?
4. Які у нас стосунки з клієнтом?
5. Хто наш конкурент?
6. Яка у нас цінова політика?
7. Яку цінність отримує клієнт?
8. Які канали комунікації нам потрібні?
9. Яких цілей плануємо досягти?

## 4.2 Бренд платформа

Платформа бренду - це інструмент, який об'єднує всі цінності компанії. Це ефективний інструмент для формування певного іміджу бренду в очах споживачів. У платформі бренду варто прописати: Візуальні характеристики бренду. Історію виникнення і місію бренду. Його функціональні характеристики і конкурентні переваги. Цільову аудиторію бренду. Вигоди, які він дає цільовій аудиторії. Формування бренд-платформи захищає його незмінність, підвищує вартість бренду і компанії, а також створює основу для подальшої роботи з побудови бренду.

Бренд-платформа дозволяє:

Розвивати бренд, зробити його і саму компанію впізнаваними, зміцнити довіру та лояльність покупців.

Диференціювати бренд серед інших пропозицій на ринку, створити унікальну пропозицію.

Наділити продукт, навіть простий і буденний, таким собі контекстом, сенсом, що викликають у потенційних покупців певні емоції та асоціації.

Визначити вектор розвитку бренду.

Визначити сценарій рекламних кампаній з просування бренду. Забезпечити стійкість бренду до коливань на ринку.

Припинити «розмивання» бренду.

Наділити його стійкими характеристиками, які не дозволять дилерам і посередникам самовільно змінювати атрибути бренду.

Зробити цінності компанії зрозумілими для співробітників самої компанії (особливо новачків), які в свою чергу доносять їх до покупців. Максимально задовольнити потреби цільової аудиторії, запропонувати їй саме такий продукт, який би вона хотіла.

В процесі роботи над платформою бренду детально вивчити цільову аудиторію та її болі.

Підвищити вартість бренду. Бренд - один з нематеріальних активів компанії, показник її ефективності. Він допомагає залучати нових партнерів та інвесторів. Чим більше вартість бренду, тим міцніше позиції компанії на ринку [18].

### **Суть бренду**

VJet- комплексне хмарне рішення для управління компанією.

### **Місія бренду**

Вона не пов'язана з отриманням прибутку. Це соціальні цілі, яким служить компанія: що вона робить для того, щоб поліпшити світ. Місія - це те, що спонукає компанію до дії, для чого вона існує, для чого випускає свою продукцію. Зазвичай місія пов'язана з ідеалами засновника компанії. Це те, що його свого часу надихнуло на створення бізнесу і чим він тепер продовжує надихати свою команду і клієнтів. Місія бренду - філософія компанії, то, що впливає на принципи роботи, підходи до ведення бізнесу.

На основі місії бренду складають легенду - красиву історію виникнення компанії, торгової марки, а згодом і бренду. Основою легенди часто стають сімейні традиції, інноваційний підхід, особистість засновника компанії і його стиль життя. Легенда виділяє основні етапи розвитку бренду, пояснює, чому саме вона привела компанію до успіху. Легенда довершує бренд і виправдовує завищену вартість на товар. Якщо у бренду є історія, то покупець готовий платити не стільки за сам продукт, скільки за причетність до легенди [18].

### **Місія VJet**

Допомогти малим та середнім підприємствам України досягнути міжнародних стандартів ведення бізнесу. Підняти їх рівень організації, автоматизації та фінансово управлінської компетенції.

### **Образ бренду**

У нього входять найменування, логотип, шрифт, колірна концепція, упаковка, графіка, слоган, вигадані або реальні персонажі і інші атрибути, які

роблять його унікальним.

В основі айдентики VJet є три візуальних принципи: прозорість, масштабність та автоматизація.

Образом VJet є робот Бія, яка зображена на рис.3.4 та асоціюється з інноваціями та автоматизацією.

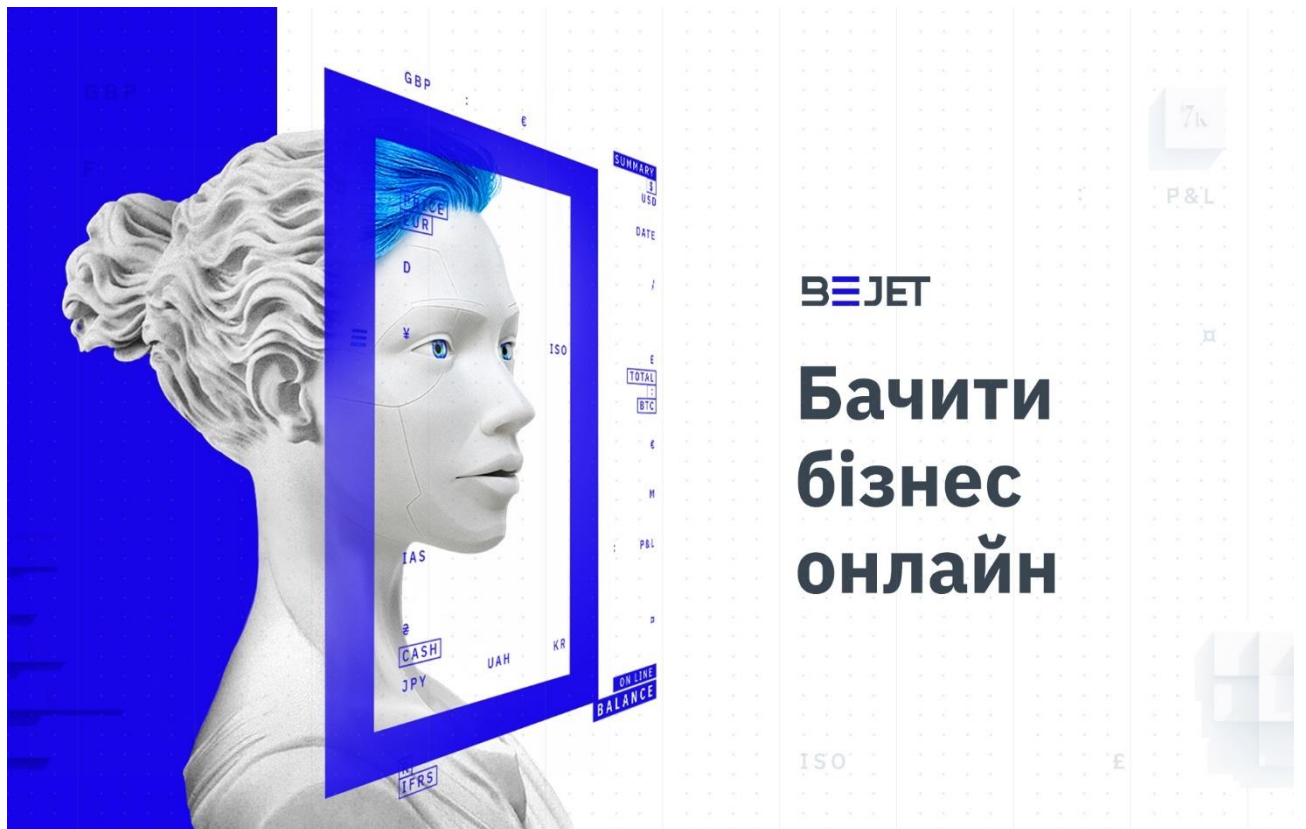


Рис.3.4 Образ компанії VJet робот Бія

### **Архетип бренду:**

Архетип бренду VJet - маг. Цей образ передає персонаж Бія, яка трансліює перехід з минулого в майбутнє. Вона допоможе автоматизувати бізнес процеси та керувати компанією.

### **Слоган**

Коли бренд запускає нову рекламну чи маркетингову кампанію, однією із ключових її складових є слоган. Особливо для світових компаній та брендів. Слоган повинен бути коротким, влучним і передавати сутність бренду, щоб

закарбуватися в свідомості людей.

Слоган VJet звучить: “бачити бізнес онлайн”.

### **Цінності бренду**

Платформа ідентичності бренду буде неповною без цінностей, важливо, щоб ці цінності розділяли також і покупці - тоді вони відчують симпатію і лояльність до бренду. При цьому цінності бренду повинні бути унікальними, інакше бренд не буде виділятися серед конкурентів. Оптимальна кількість цінностей бренду 3-5 [18].

Цінностями компанії VJet є доступність, надійність, експертність.

### **Позиціонування**

VJet допомагає керувати компанією, автоматизувати бізнес процеси та побудувати фінансово управлінську звітність.

Надає готовий галузевий продукт, який автоматично і в режимі реального часу візуалізує показники компанії та її прибутковість.

### **Атрибути бренду**

VJet — це не просто бездушний сервіс. Це ментор (експерт).

Прямий, однозначний, який вміє ставити важливі запитання так, щоб ти сам дійшов до відповіді. Він дає інструменти, пояснює як це працює в нормальних людей. І хоче, щоб ти став кращим, успішнішим, розумнішим.

### **Цільова аудиторія**

При розробці платформи бренду за допомогою маркетингових досліджень вивчають географічні характеристики цільової аудиторії (регіон проживання), соціально-демографічні (стать, вік, освіта, рід занять, сімейний стан, дохід) і мотиваційні (що спонукає до покупки) особливості [18].

### **Цільова аудиторія VJet та її потреби**

Цільовою аудиторією є керівники компаній та фінансові директори.

Їхні болі:

Немає зручних хмарних рішень для управління компанією адаптованих

до реалій малого та середнього бізнесу в Україні.

Доводиться використовувати різні програми.

Страх втратити бізнес через некерованість системою.

Нерозуміння скільки грошей є в компанії і скільки вона заробляє.

### **Портрет цільового користувача**

Завдяки глибинним інтерв'ю ми створили портрет користувача та детально описали його: як він виглядає, чим цікавиться, як спілкується.

Цільвою аудиторією є керівники ІТ компаній: сервісних та продуктових.

20+ співробітників в штаті.

25 - 40 років, переважно чоловіки.

Дохід - високий (від \$2000 на місяць)

Посада: директор, фінансовий директор.

Інтереси: сучасні технології, самовдосконалення, здоров'я, work life balance.

Об'єм цільової аудиторії — від 4 до 8 тисяч осіб (приблизна оцінка на основі Ukrainian IT Industry Report) [19].

### **Портрет цільового клієнта:**

Михайло 40 років. Працює CEO в продуктивній компанії.

Має в підпорядкуванні 40 співробітників.

Компанія розробляє продукт для безпечної передачі даних.

Михайло одружений та має 2 дітей.

Компанія має певні “проблеми росту” такі як: фінансове та стратегічне планування.

Під час локдауну Михайло довелося приймати важливі рішення та скоротити витрати. Йому бракує системи в якій можна вести управлінську звітність та планувати розвиток компанії, приймаючи рішення на основі точних даних.



Болі з які виникають у Михайла:

Негативний досвід з 1С.

Доводиться використовувати різні програми (більше 5).

Багато часу витрачається на рутинні завдання.

Немає інструменту, який дозволяв би контролювати управлінські процеси.

Немає зручних рішень для управління компанією адаптованих для малого та середнього ІТ- бізнесу в Україні.

Страх втратити бізнес через некерованість системою.

Нерозуміння скільки грошей є в компанії і скільки вона заробляє.

Володимир 38 років. Фінансовий директор:

Болі, які виникають у Володимира:

Не структуровані, не актуальні або відсутні дані.

Втрата даних.

Не досконалі бізнес процеси.

Міграція на нову систему вимагає ресурсів.

Велика кількість ручної роботи на введення даних.

Використання декількох систем.

На основі прописаної платформи бренду ми ведемо подальшу роботу. Формуємо брендбук (керівництво по експлуатації бренду, збірник правил), розробляємо фірмовий стиль, сайт, складаємо контент-план та працюємо над зйомкою промо ролика.

Робота над бренд-платформою є дуже важлива, адже - це сукупність найменування, зовнішніх атрибутів і інших символів, які дозволяють покупцям ідентифікувати ваш товар серед інших. Це ефективний інструмент для формування певного іміджу бренду в очах споживачів. У платформі бренду варто прописати візуальні характеристики бренду. Історію виникнення і місію

бренду. Його функціональні характеристики і конкурентні переваги. Цільову аудиторію бренду. Вигоди, які він дає цільовій аудиторії. Формування бренд-платформи захищає його незмінність, підвищує вартість бренду і компанії, а також створює основу для подальшої роботи з побудови бренду [18].

### **4.3 Розробка маркетингового плану**

Компанія VJet поступово розвивається та працює над розробкою галузевих рішень. На сьогодні готовим є комплексне рішення для ІТ компаній, тому саме з нього розпочалась робота над просуванням та маркетинговою стратегією.

Ми багато спілкувалися з власниками ІТ-компаній та дізналися про їхні болі, адже часто чули від них, що їм для ефективного управління компанією бракує комплексного рішення, яке б дозволило бачити показники бізнесу онлайн. Саме тому виникла ідея створити систему, яка допоможе українським керівникам комплексно управляти компанією та приймати правильні рішення.

Керівники ІТ компаній часто використовують різні інструменти для управління, які часто не синхронізуються між собою. І якщо процесами розробки допомагає ефективно керувати JIRA, то для фінансових та управлінських процесів їм бракувало зручної системи, яка б об'єднала в собі потрібні інструменти. Була потреба мати всі показники в одній системі та у два кліки сформувати потрібні звіти, адже в наш час, щоб ефективно керувати компанією, потрібно постійно тримати руку на пульсі.

Саме тому в VJet ми сформували укомплектований набір модулів, адаптованих під специфіку ІТ-бізнесу. Версія для ІТ компаній містить функціонал для управління проектами, обліку робочого часу, працівників та ІТ активів, щомісячний інвойсинг за відзвітованими годинами тощо. Саме те, що потрібно ІТ-компаніям для ефективного прийняття рішень і розуміння фінансових потоків, накладних витрат у виробництві та ціну адміністрування

компанією.

На ринку України зареєстровано близько 4000 ІТ компаній, які є потенційними клієнтами VJet. За результатами дослідження NIX 2019-2020 рік [20].

Проаналізувавши всю зібрану нами інформацію ми розробили маркетинговий план для просування комплексного рішення для ІТ компаній.

**Маркетинговий план на 2021 рік включає в себе такі пункти:**

1. Розказати про бренд та філософію.
2. Розповідати про можливості ERP систем.
3. Розказувати про міжнародну систему Odoo.
4. Сформувати платформу, що зростатиме та залучатиме нову аудиторію.
5. Підтримувати постійний двосторонній зв'язок з аудиторією.
6. Знайти лояльних користувачів та послідовників і дати їм можливість комунікувати через платформу бренду.
7. Перетворити бренд-нейм на синонім інструменту вирішення задачі.

Також ми з командою розробили комунікаційну стратегію та сформували етапи комунікації.

1. Інформуємо про появу системи.
2. Розказуємо про можливості та переваги.
3. Ділимося філософією бренду.
4. Відповідаємо на запитання.
5. Залучаємо до користування.
6. Навчаємо та допомагаємо.
7. Знаходимо однодумців.
8. Формуємо еко систему.

Для комунікації з користувачами ми використовуємо власні медіа: сайт,

блог компанії, Facebook та LinkedIn сторінки та Youtube канал. Також з часом ми плануємо використовувати платні публікації у зовнішніх медіа.

Ми вирішили поступово виводити систему VJet на український ринок та створювати готові набори модулів для галузевих рішень, адже кожна сфера бізнесу має свої особливості і неможливо створити універсальне рішення для всіх сфер, тому ми зараз зробили фокус на IT сектор, який стрімко розвивається і всі свої зусилля ми сфокусували на розвиток та просування комплексного рішення для IT компаній. В нашій комунікації ми намагаємось привернути увагу власників та фінансових директорів до системи VJet та показати її можливості та цінність для них.

## РОЗДІЛ 5

### РЕЗУЛЬТАТИ МАРКЕТИНГОВИХ АКТИВНОСТЕЙ

Особливістю ERP системи VJet є модульність. Завдяки цьому вона стає універсальною, адже кожен бізнес може підібрати собі потрібні модулі під специфіку свого бізнесу, адже кожна галузь має свої потреби, а одже потребує різних модулів для управління компанією. Ми розуміли, що зразу всі види модулів ми не напишемо, тож вирішили розробити готові галузеві рішення для різних сфер. Першою для себе ми виділили IT галузь, яка стрімко розвивається та потребує комплексного рішення. Ми розробили версію для IT компаній, яка містить функціонал для управлінської та бухгалтерської звітності, облік робочого часу, нарахування зарплати та щомісячний інвойсинг за відзвітованими годинами та багато іншого. Цільовою аудиторією є керівники IT компаній та фінансові директори. Саме на них ми фокусуємо маркетингові активності.

В жовтні 2020 року ми мали можливість розповісти про VJet та презентувати їм версію VJet для IT компаній на IT Арені. Ми активно готувалися до цієї події, за той час поки розробники та бізнес аналітики працювали над розробкою та вдосконаленням продукту, маркетингова команда працювала над розробкою сайту, створенню відео ролика, розробкою рекламних меседжів, візуалів, маркетинговим планом та комунікаційною стратегією.

Активна робота саме над просуванням системи VJet розпочалась в січні 2021 року. Адже продукт вже був готовий до продажу. Ми сформували маркетинг команду та команду з продажів. Спільно з менеджментом компанії ми сформували стратегію та визначили яких цілей плануємо досягти. На основі стратегії компанії ми почали працювати над маркетинговою стратегією. Ми проаналізували ринок ERP систем в Україні, провели аналіз конкурентів, визначили цільовий сегмент та склали маркетинговий план. В лютому місяці ми приступили до реалізації та почали проводити маркетингові активності.

## 5.1 Канали комунікації

Ми вибрали для себе декілька основних каналів комунікації.

Сайт <https://bjetpro.com/> - місце, де користувач може знайти всю інформацію та залишити заявку, а також почитати блог [4].

Facebook сторінка <https://www.facebook.com/BJetERP/> - місце де ми розповідаємо про продукт, новини та підтримуємо зв'язок з аудиторією. Також рекламує та розповідаємо потенційним користувачам про існування системи BJet.

Linkedin <https://www.linkedin.com/company/26211527/> - місце де ми публікуємо статті та вакансії.

Youtube [https://www.youtube.com/watch?v=Udv0C-xb2l4&t=13s&ab\\_channel=BJet](https://www.youtube.com/watch?v=Udv0C-xb2l4&t=13s&ab_channel=BJet) місце де ми розказуємо та показуємо можливості системи та навчаємо користуватися нею вже на практиці.

Email розсилка - розповідаємо про можливості BJet, надсилаємо цікаві статті та анонси подій.

Чат бот на сайті, який дає швидкі відповіді та допомагає швидко комунікувати з клієнтом.

Так як ERP системи є досить новим та невідомим на ринку України, то ми проводимо вебінари, де розповідаємо про можливості та переваги ERP систем (див. додаток А). Для більшого інформування ми також пишемо статті з експертами, які впроваджують ERP системи та готові поділитися досвідом. В статтях ми даємо відповіді на поширені питання, які цікавлять наших клієнтів.

Приклади статей (див. додаток Б):

Коли компанія готова до ERP та що для цього потрібно?

Які індикатори вказують, що компанії потрібна ERP?

Переваги та недоліки ERP системою.

Чек-лист для успішного впровадження ERP.

Від чого залежать термін і бюджет для впровадження ERP?

ERP система впроваджена! Що далі?

## 5.2 Аналіз рекламних активностей

Для реклами та просування ми використовуємо Facebook рекламу та LinkedIn. Ми створюємо різноманітні короткі відео, інформативні пости, та рекламні меседжі та просуваємо це завдяки платній рекламі. Таргетуємось наразі на сферу IT та на керівників та фінансових директорів компаній. Результати нашого просування та реклами зображені на рис.1.5, загальний бюджет на Facebook рекламу склав 400 \$ за 4 місяці. При спілкуванні з клієнтом ми запитуємо звідки він про нас дізнався, щоб зрозуміти ефективність реклами, то 28 контактів прийшло саме з Facebook, а отже ми змогли порахувати вартість одного залученого ліда, яка складає 14\$.

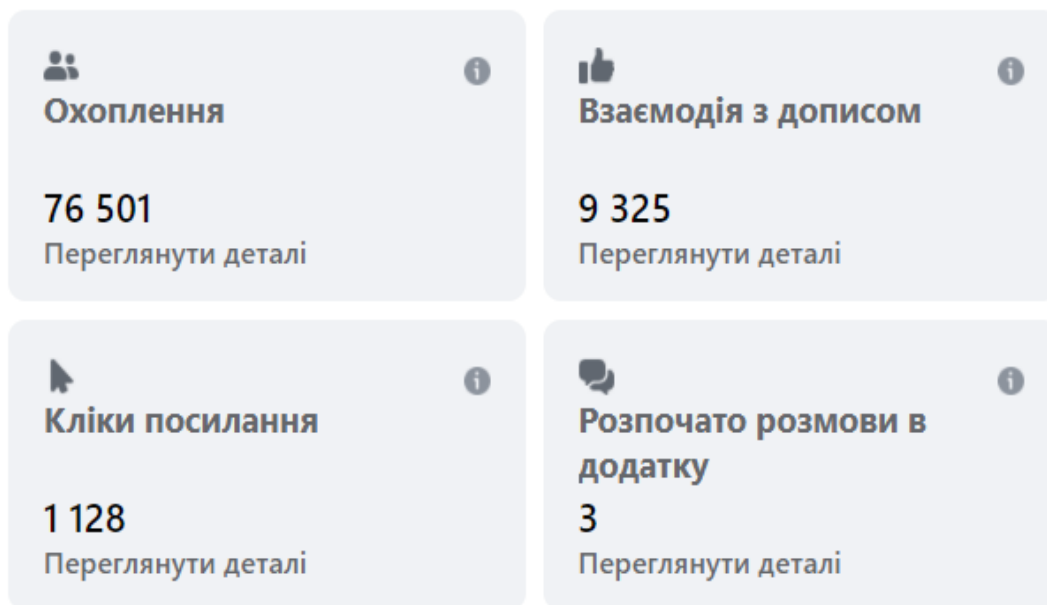


Рис. 1.5 Статистика рекламного акаунту VJet у Facebook

Також ми використовуємо платне просування в LinkedIn та знаємо, що через цю платформу до нас звернулось 3 потенційних клієнти. Результати LinkedIn реклами зображені на рис. 2.5. Вартість залучення 1 клієнта є вищою чим у Facebook та складає в 45\$. Ми активно ведемо LinkedIn сторінку, але

менше використовуємо її для реклами. Цю платформу ми використовуємо для лідогенерації та пишемо особисті повідомлення керівникам компаній та розповідаємо їм про VJet.

Название группы кампаний	Статус	Затрачено	Показы	Клики
5 групп кампаний	-	136,07 USD	9 037	72
Default Campaign Group ИД кампании: 614708823	Активна Запущена	0,00 USD	0	0
Вебінар ИД кампании: 614709333	В архиве	0,00 USD	0	0
відео ИД кампании: 614789303	Активна Завершена	0,00 USD	0	0
IT акція ИД кампании: 615334233	Активна Завершена	26,07 USD	2 102	11
IT коробка ИД кампании: 615987023	Активна Завершена	110,00 USD	6 935	61

Рис. 2.5 Статистика реклами VJet у LinkedIn

За результатами Google Analytics зображених на рис. 3.5. ми можемо проаналізувати, яким був трафік на сайт з кожного каналу.





### Рис. 3.5 Результати трафіку на сайт VJet з Google Analytics

Аналізуючи ці дані ми бачимо, що показник органічного трафіку є високий, це означає, що 50,7 % чули про нас вже якусь інформацію та шукають більше інформації про нас через пошукові системи. 21,3 % людей потрапили на наш сайт через пряме посилання, а 14,2 % трафіку прийшло із соціальних мереж. Ця аналітика допомагає нам оцінювати та обирати канали для майбутньої комунікації.

## УПРАВЛІНСЬКІ ВИСНОВКИ

Активна робота над просування системи VJet розпочалась у січні 2021 року. За останні п'ять місяців роботи ми визначили ціну продукту та його цінність. Розробили презентацію для продажу, де показали можливості та ключові особливості системи. Команда працювала над створенням контенту для наших сторінок у соціальних мережах. Нам вдалось провеститри серію відкритих онлайн вебінари для потенційних клієнтів і презентувати їм систему. Понад сто зацікавлених користувачів отримали доступ до демо бази та мали можливість тестовому режимі користуватись системою.

З креативною агенцією ми створили інформаційний ролик про систему VJet, переглянути його можна за посиланням <https://www.youtube.com/watch?v=Udv0C-xb2l4>.

Нам вдалось співпрацювати з IT Cluster, які допомогли нам поширити інформацію про VJet серед учасників спільноти.

Також ми стали спонсорами події Growth Factory, яка створила кемп для керівників IT компаній і ми виступали на цій події та розповіли про можливості VJet для IT компаній, в результаті отримали трьох зацікавлених клієнтів.

Так як україномовного контенту на тему ERP системи дуже мало, точніше майже немає, то ми вирішили його створювати та розповідати людям про переваги, можливості та недоліки таких систем. В результаті спільно з експертами, які мають великий досвід в впровадженні таких систем ми написали 6 цікавих статей на цю тему, які ви можете прочитати на нашому блозі <https://bjetpro.com/blog/>.

В результаті нам вдалось згенерувати понад 60 потенційних клієнтів.Також ми зрозуміли, що цикл продажу ERP систем становить від восьми місяців і може тривати і до півтора року і більше.

За цей час нам вдалось зрозуміти, які є стримуючі фактори, виникають в клієнтів при прийнятті рішення про перехід на нову систему.

Ми виділили для себе ключові:

VJet - це новий продукт на ринку України.

Клієнтам потрібно виділити часовий та людський ресурс на перехід в нову систему.

Клієнтам потрібно виділити ресурс для навчання працівників роботі в новій системі.

На ринку вже багато років існує система 1С, яка є фактично монополістом і яку використовує багато компаній.

Клієнти потребує індивідуальних рішень.

Компанія VJet не має ще багато кейсів впровадження щоб оцінити її ефективність для бізнесу.

В клієнтів є страх втрати даних при перенесенні.

Скептичне ставлення до нових продуктів.

Проаналізувавши стримуючі фактори ми виділили для себе ряд завдань на наступне півріччя.

Ми плануємо працювати над формуванням довіри клієнтів, комунікуючи більше про засновників компанії їх досвід, репутацію та експертність також залучаючи лідерів думок та експертів з бізнес середовища.

Одною з основних цілес є напрацювання портфоліо кейсів з впровадження системи. Також до кінця 2021 року ми плануємо нашим потенційним клієнтам пропонувати вигідні умови користування системою та консультації з впровадження. Вже зараз при впровадженні системи ми даруємо клієнту 48 безкоштовних консультаційних годин по роботі в системі.

У квітні 2021 року ми запустили акційну програму “Швидкий старт з VJet” (див. додаток В), та надали 90 днів безкоштовного доступу до системи VJet ІТ компаніям, щоб вони отримали можливість спробувати використовувати

систему VJet та працювати в ній. Метою програми було зменшити бар'єри, які виникають у клієнтів тим самим заохотити їх спробувати наш продукт і зрозуміти його цінність. Ми вважаємо, що цей крок сприятиме проінформованості потенційних клієнтів про вихід нового продукту та пришвидшить прийняття рішення про перехід на нову систему. Кожного дня ми проводимо демо презентації системи VJet для наших зацікавлених клієнтів та удосконалюємо подачу матеріалу.

Також для більшого охоплення ринку ми плануємо запускати продажі через бізнес консультантів та посередників, які займаються впровадженням.

Для більшого потоку трафіку та привернення уваги клієнтів ми займемося оптимізацією сайту та запуском платної реклами в Google Adwords.

Також плануємо залучати різноманітних експертів до написання статей для блогу компанії. Публікуватимемо якісні матеріали та оновлення системи. Щоб збільшити охоплення нашої цільової аудиторії ми будемо розміщувати інформацію про систему на інших веб-сайтах, які пов'язані з галузями. Це підвищить рівень кваліфікованого трафіку, збільшить впізнаваність бренду та зміцнить репутацію, в результаті чого у нас збільшаться продажі та впізнаваність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автоматизація бізнес-процесів: сучасний тренд чи спосіб підвищення ефективності бізнесу? [Електронний ресурс] // Ліга. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.liga.net/user/kmorozova/article/38652>.
2. What is an ERP and why is it related to your marketing strategy? [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.mailrelay.com/en/2018/02/21/what-is-an-erp-and-why-is-it-related-to-your-marketing-strategy>.
3. Сайт Odoo [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.odoo.com/uk\\_UA](https://www.odoo.com/uk_UA).
4. Сайт BJet [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bjetpro.com/>.
5. Опубліковано шістнадцяте видання піврічного видання EBS Дайджест [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ebskiev.com/uk/opublikovano-shistnadtsyate-vidannya-pivrichnogo-vidannya-ebs-dajdzhest/>.
6. 12 of the Biggest Spreadsheet Fails in History [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://blogs.oracle.com/modernfinance/12-of-the-biggest-spreadsheet-fails-in-history>.
7. Is ERP the key to post-COVID business success? [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sage.com/en-us/blog/erp-post-covid-business/>.
8. Остервальдер А. Створюємо бізнес-модель / А. Остервальдер.. – 288 с.
9. Дьявол кроется в деталях, или все тонкости SWOT-анализа вы используете? [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://vc.ru/marketing/100789-dyavol-kroetsya-v-detalyah-ili-vse-tonkosti-swot-analiza-vy-ispolzujete>.

10. Твій бізнес дизайн [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bdesign.com.ua/>.
11. Сливоцький А. Давид перемагає: дисципліна неспівмірної перемоги / Адріан Сливоцький. – Львів: УКУ, 2019. – 320 с.
12. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей конкурентов / Майкл Портер., 2020. – 453 с.
13. 5 сил Портера — пример анализа с пошаговой инструкцией и таблицей [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://vc.ru/marketing/69023-5-sil-portera-primer-analiza-s-poshagovoy-instrukciey-i-tablicey>.
14. Этапы побудови бренд-стратегії [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://open.kmbs.ua/etapi-pobudovi-brend-strategiji/>.
15. Практичний гайд зі створення бренд-стратегії [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2020/04/22/praktichnij-gajd-zi-stvorennya-brend-strategi%D1%97/>.
16. Котлер Ф. Основы маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг., 2020. – 880 с. – (Диалектика).
17. Аакер Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха /
18. Девид Платформа бренда: суть понятия + инструкция по написанию [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gd.ru/articles/10811-platforma-brenda.Аакер., 2016. – 256 с>.
19. Ukraine: The Home of Great Devs 2021 Tech Market Report [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://beetroot.co/resources/e-books/tech-market-report-2021/>.
20. IT Industry in Ukraine. 2019 Market Report [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/new.n-ix.com/uploads/2019/08/29/Ukr-report-29.pdf>.

21. Що таке Odoo? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://smile-ukraine.com/ua/odoo/introduction>.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

**ВЕБІНАР**  
Ефективне управління  
ІТ-компанією  
з системою VJet  
25 БЕРЕЗНЯ 15:00

ЧЕТВЕР, 25 БЕРЕЗНЯ 2021 Р. О 15:00 UTC+02 – 15:30 UTC+02

**Ефективне управління ІТ-компанією з системою VJet**

Онлайн-подія

[Перейти за посиланням](#) [Статистика](#)

Рис. А.1 Приклад вебінару VJet

### Додаток Б

**ВЕБІНАР**

**1.ЯКІ ІНДИКАТОРИ ВКАЗУЮТЬ, ЩО КОМПАНІЇ ПОТРІБНА ERP?**

**СЕРГІЙ ХАРИТОНОВ**  
CEO VJet

**ІРИНА ДМИТЕРКО**  
співзасновниця компанії VJet

**ІВАННА МАРЧЕНКО**  
Product manager VJet

**НАТАЛІЯ ЮРИСТОВСЬКА**  
Director, SoftServe QAD

Рис. Б.1 Приклад статей з блогу VJet





Рис. Б.2 Приклад статей з блогу VJet

## Додаток В

Рис. В.1 Програма "Швидкий старт за 90 днів із VJet"

## Додаток В

“Швидкий старт за 90 днів із VJet”.

Програма включає:

- 3 місяці безкоштовного доступу до системи VJet,
- участь в серії вебінарів “Управління ІТ компанією в системі VJet”.

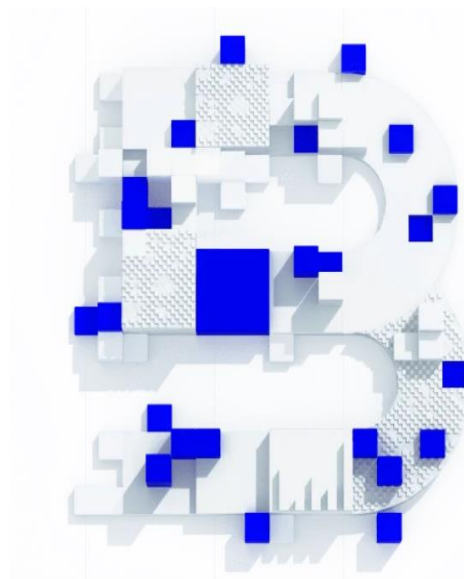


Рис. В.2 Програма “Швидкий старт за 90 днів із VJet”