

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
Кафедра видавничої справи та редагування**

До захисту допущено:

В.о. завідувача кафедри

_____ Ольга ТРИЩУК

«__» _____ 20__ р.

**Дипломний проєкт
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Реклама і зв'язки з
громадськістю»
спеціальності 061 «Журналістика»
на тему: «Просування сервісної компанії DONE.AI»**

Виконала:

студентка 4 курсу, групи РЗ-11

Максимович Марія Володимирівна

Керівник:

Доцент, канд. наук. із соц. ком.,

Масімова Л. Г.

Консультант з мови:

Доцент, к. наук із соц. ком.,

Фіялка С.Б.

Консультант з бібліографії:

Доцент, канд. наук,

Янішевський О.О.

Рецензент:

Доцент, канд. наук. із соц. ком.,

Сошинська В. Є

Засвідчую, що у цьому дипломному проєкті немає
запозичень з праць інших авторів без відповідних
посилань.

Студентка _____

Київ – 2025 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Навчально-науковий видавничо-поліграфічний інститут
Кафедра видавничої справи та редагування

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітньо-професійна програма: Реклама і зв'язки з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри

_____ Ольга ТРИЩУК

«21» травня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
на дипломний проєкт студентці

Максимович Марія Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту «Просування сервісної компанії DONE.AI»,

керівник проєкту Масімова Лариса Гагиківна, к. н. із соц. к., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «__» _____ 20__ року № _____

2. Термін подання студентом проєкту 11.06.2025 р.

3. Вихідні дані до проєкту Проект містить 40 сторінок комп'ютерного набору, 17 бібліографічних посилань, 7 додатків та практичну частину – просування сервісної компанії DONE.AI

4. Зміст пояснювальної записки Пояснювальна записка містить інформацію щодо теоретичного обґрунтування проєкту, аналізу цільової аудиторії і конкурентного середовища та просування сервісної компанії DONE.AI

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслеників, плакатів, презентацій тощо) У додатках до пояснювальної записки міститься 17 рисунків

6. Консультанти розділів проєкту*

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
з мови	Фіялка С.Б., доцент		
з бібліографії	Янішевський О.О., доцент		

7. Дата видачі завдання 21.05.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання дипломного проєкту	Термін виконання етапів проєкту	Примітка
1.	План роботи. Дослідження ринку та цільової аудиторії. Написання вступної частини	21.05.2025 о 16:00	Дистанційно онлайн з керівником
2.	Робота над інформаційним продуктом	28.05.2025 о 16:00	Дистанційно онлайн з керівником
3.	Завершення роботи над Пояснювальною запискою	04.06.2025 о 16:00	Дистанційно онлайн з керівником
4.	Здача дипломного проєкту (завершеного) на кафедру. Попередній захист дипломного проєкту на засіданні кафедри	11.06.2025 о 16:00	Дистанційно онлайн з керівником

Студент _____ Марія МАКСИМОВИЧ

Керівник _____ Лариса МАСІМОВА

*Консультантом не може бути зазначено керівника дипломного проєкту

ВІДОМІСТЬ ДИПЛОМНОГО ПРОЄКТУ

№ з/п	Формат	Позначення	Найменування	Кількість листів	Примітка
1	A4		Завдання на дипломний проєкт	1	
2	A4		Пояснювальна записка		
3	A4		Додатки до проєкту		
4	A4				
I					

				ДП ХХХХ 00.000.00		
	ПБ	Підп.	Дата			
Розробн.	Максимович М.В			Відомість дипломного проекту	Лист	Листів
Керівн.	Масімова Л.Г				1	53
Консульт. з мови	Фіялка С.Б.				КП ім. Ігоря Сікорського Каф. ВСтар Гр. РЗ-11	
Консульт. з бібліографії	Янішевський О.О.					
Зав. каф.	Тріщук О. В.					

АНОТАЦІЯ

Дипломний проєкт на тему «Просування сервісної компанії DONE.AI», авторка — Максимович Марія Володимирівна, 2025 рік. Науковий керівник — к. н. із соц. к., доцент Масімова Л. Г.

У ході проєкту було реалізовано заходи з просування компанії, що спеціалізується на автоматизації бізнес-процесів. Проведено аналіз цільової аудиторії, визначено актуальні потреби та болі клієнтів.

Особливістю проєкту стало створення рекламного продукту, побудованого на персоналізованій комунікації з аудиторією. Було розроблено стратегію контентного просування та виконано редизайн сайту з урахуванням принципів візуальної айдентики бренду. Проєкт демонструє потенціал до подальшого масштабування на інші цифрові канали.

Інформаційний продукт розміщено за посиланнями:

- <https://www.instagram.com/done.ai.tech/>
- <https://www.figma.com/design/CY8dcDHUbx4ZGDbQXy9Hhy/Done.AI?node-id=0-1&t=lKBXOkUpeLAu1NM7-1>

SUMMARY

The diploma project titled **“Promotion of the Service Company DONE.AI”**, author — **Maksymovych Mariia Volodymyrivna**, 2025. Scientific supervisor — **PhD in Social Sciences, Associate Professor L. H. Masimova**

During the project, promotional measures were implemented for a company specializing in the automation of business processes. Target audience analysis was conducted, and key customer needs and pain points were identified.

A distinctive feature of the project is the creation of a promotional product based on personalized communication with the audience. A content marketing strategy was developed, and the company's website was redesigned in line with the visual identity of the brand. The project demonstrates potential for further scaling across other digital platforms.

The informational product is available at:

- <https://www.instagram.com/done.ai.tech/>
- <https://www.figma.com/design/CY8dcDHUbx4ZGDbQXy9Hhy/Done.AI?node-id=0-1&t=lKBXOkUpeLAu1NM7-1>

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ.....	10
1.1 Опис діяльності сервісної компанії DONE.AI.....	10
1.2 Особливості цільової аудиторії DONE.AI.....	13
1.3 Аналіз конкурентного середовища.....	17
РОЗДІЛ 2. ПРОСУВАННЯ СЕРВІСНОЇ КОМПАНІЇ DONE.AI.....	21
2.1 Цілі та завдання просування компанії DONE.AI.....	21
2.2 Розроблення і реалізація медіапродуктів для просування.....	22
2.3 Аналіз результатів проєкту.....	30
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	33
ДОДАТКИ.....	36

ВСТУП

У сучасному конкурентному середовищі якісного продукту вже недостатньо. Компанії, які продають послуги з автоматизації бізнес-процесів, мають розуміти необхідність ефективного просування компанії. Компанія DONE.AI спеціалізується на розробленні і реалізації чатботів. **Актуальність проєкту** полягає в необхідності просування DONE.AI як сервісної компанії. Запропонований до захисту інформаційний продукт — це стратегія просування, що охоплює аналіз цільової аудиторії, конкурентний аналіз, створення контент-плану та відповідних медіапродуктів. Проєкт вирізняється індивідуальним підходом до більш цільової аудиторії та має комерційне значення для зміцнення позицій компанії на ринку.

Мета проєкту полягає у просуванні сервісної компанії DONE. У результаті буде розроблено медіапродукти — серія візуальних, текстових і відеоформатів для соціальних мереж, оновлення структури та дизайну сайту.

Завдання проєкту:

1. Проаналізувати цільову аудиторію, визначити її потреби і болі.
2. Дослідити конкурентне середовище та методи просування.
3. Розробити й реалізувати концепцію просування компанії за допомогою соціальних мереж.
4. Зробити редизайн поточного сайту DONE.AI.

Теоретичне обґрунтування проєкту. Під час підготовки проєкту для ґрунтового аналізу було вивчено праці таких науковців, як: Альберт Хамфрі [1], Марк Шеррінгтон [2], Філіп Котлер [3], Девід Огілві [4], Дональд Норман [5], Майк Яо [6], Йона Бергер [7], Алан Купер [8], Якоб Нільсен [9]. Огляд літературних надбань науковців допоміг проаналізувати цільову аудиторію компанії, сегментувати її та провести аналіз конкурентного середовища.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Опис діяльності сервісної компанії DONE.AI

DONE.AI — сервісна компанія на українському ринку, яка під ключ закриває угоди та надає послуги з автоматизації рутинних завдань бізнесу за допомогою ШІ-асистента та класичних ботів на основі коду й без нього. Працює з малим, середнім і великим бізнесами. Працюють з кожним клієнтом за індивідуальним запитом, тобто беруть на себе весь процес — від ідеї до впровадження [10]. Головна місія, яку несе в собі філософія компанії полягає у тому, щоб оптимізувати витрати і розв’язати проблему кадрового голоду та знизити навантаження на зарплатний і податковий фонд великих і маленьких компаній. Підкріпленням цієї філософії є слоган компанії «Автоматизуйте звичайне — досягайте видатного», який висвітлює основні цінності стартапу:

1. Бренд цінує продуктивність і раціональне використання ресурсів.
2. Компанія орієнтована на результат і досягнення конкретних цілей.

DONE.AI — це невелика, але динамічна команда із 5–7 фахівців, які об’єднують технічні знання, креативність підхід і стратегічне мислення. Попри молодий вік стартапу, компанія вже співпрацює з представниками малого та середнього бізнесу. Зокрема, в секторі HoReCa, E-commerce, медицина, сфера б’юті-індустрії. Серед наших клієнтів є бізнеси з різною структурою: як B2B, так і B2C. Основним джерелом нових клієнтів залишаються особисті рекомендації та «сарафанне радіо», що свідчить про високий рівень довіри та якість послуг. Попри те, що спектр послуг не надто широкий, вони здатні ефективно закрити запити й болі клієнтів.

Для розуміння процесів компанії і її напрямку роботи коротко розглянемо види послуг, які надає DONE.AI. Компанія фокусується на двох основних напрямках, які відповідають актуальним потребам бізнесу.

III-асистенти. Розумні помічники 24/7 на основі штучного інтелекту, які здатні брати на себе функції комунікації, збирання даних, запису, бронювання тощо.

Класичні чатботи. Залежно від потреб клієнта, є чатботи, створені кодом і за допомогою no-code сервісів. Інтегруються з телеграм, вайбер, ватсап, інстаграм та CRM-системою клієнта. Це забезпечує миттєві відповіді, безпомилкову роботу і своєчасне закриття угод.

Для подальшої ефективної співпраці з DONE.AI потрібно проаналізувати поточний стан контент-стратегії, візуальну айдентику, активність аудиторії в соціальних мережах та зробити аудит вебсайту.

Контент-стратегія

Формати контенту:

- каруселі, рилзи з порадами від цифрового аватара або технічними роз'ясненнями;
- анонси оновлень послуг та функціоналу;
- контент із сильними хуками, записаний засновниками компанії;
- іноді пости підкріплювалися сториз, зазвичай формат перерепосту.

Частота публікацій та активність. Частота публікацій нерегулярна і не стабільна: іноді з'являється 2–3 пости на день, а потім сторінка може бути неактивною понад два тижні. Контент публікувався нестабільно і нерівномірно, без чіткого графіка.

Аудиторія. Читачів близько 405 осіб. Чоловіки становлять 53,6 %, жінки — 46,4 % аудиторії. Низький рівень взаємодії з підписниками через коментарі

та відповіді в сториз. Мало вподобань, не високий поріг охоплення, якщо допис не було запущено на платний трафік. Органічний трафік дуже погано працює.

Тематика контенту:

- презентація продуктів та послуг, кейси успішного впровадження;
- освітні матеріали, поради з автоматизації та використання ШІ;
- легкий контент для залучення уваги та підвищення впізнаваності бренду.

Реклама та просування. Таргетована реклама запускала на 4 публікації. Використовувався простий спосіб таргетування через кнопку в Інстаграм «Просувати допис». Періодично з'являлися на заходах та конференціях, пов'язаних із ШІ.

Візуальна айдентика

Велику роль при побудові медіаприсутності відіграє візуальна айдентика. Вона формує асоціації, які виникають при згадці про компанію. Саме через айдентику компанія чи бренд говорить без слів.

Наразі фірмовим знаком компанії є логотип DONE.AI на темному фоні, представлений у вигляді шрифту без засічок. Замість букви «О» вміщено квадрат з текстом всередині. Хоча на малих форматах текст не помітний, загальне оформлення стильне та стримане (див. Додаток А). Для ведення соціальних мереж використовується яскравий акцентний колір — неоновий зелений. Доповнює його білий та чорний. Яскраві, контрастні кольори створюють ефект сучасності й енергії — типово для tech-компаній. Вдало поєднується з напрямком роботи компанії. Типографіка використовується груба, шрифт без засічок Asur Text. Він створює ефект впевненості. Серед графічних елементів наявні скриншоти інтерфейсів, месенджерів, футуристичні акценти, згенеровані картинки через ШІ та різні графічні

елементи. Загалом стилістика та візуальний ряд у соціальних мережах виглядає дуже сучасно, технологічно і впізнавано.

Вебсайт

Наявний сайт компанії, який представлений декількома мовами: українська, англійська, французька. Візуальне оформлення сайту DONE.AI демонструє сучасний та мінімалістичний підхід до презентації технологічного продукту [11]. Вдале поєднання зеленого та чорного, переплітається з візуальною частиною в інстаграм та його тематикою штучного інтелекту. Сайт DONE.AI не до кінця розкриває всі свої переваги та можливості. Бракує блоку з цінами, поширеними запитаннями, немає актуальної інформації щодо послуг, гарно структурованих кейсів, демонстрації роботи чатботу.

Також варто зазначити, що компанія вже пережила перезапуск, який тривав кілька місяців. У цей період змінилося керівництво, відбулося переосмислення підходів до зростання, було поставлено нові цілі та завдання. Під час цього ніхто не займався соціальним мережами. Було покладено на мене, як фахівця, проаналізувати поточний стан соціальних мереж, поновити комунікацію компанії, сформуванати основу контент-стратегії, розробити візуальні шаблони і запропонувати свої рішення щодо покращення сайту.

1.2. Особливості цільової аудиторії DONE.AI

Розроблення успішної стратегії просування неможливе без розуміння своєї цільової аудиторії. Ефективність рекламних заходів на пряму залежать від того, наскільки глибокого компанія розуміє потреби і болі клієнтів. Для максимального розуміння, хто є нашою аудиторією, необхідно чітко сегментувати цільові групи і на основі цього скласти портрети персон. Для

точнішої сегментації цільових груп використано метод Марка Шеррінгтона. Метод Марка Шеррінгтона або 5W — базується на класичному, маркетинговому законі, коли кожен продукт призначений для конкретного споживача. Цей підхід дасть змогу виділити сегменти зі спільними потребами і сформулювати пропозицію з врахуванням болей і цілей. Метод Шеррінгтона вимагає відповісти на п'ять ключових питань про клієнта:

- хто є вашим клієнтом (who?);
- що ви пропонуєте клієнту (What?);
- які болі клієнта ви закриваєте (Why?);
- коли клієнт потребує ваш товар чи послугу (When?);
- де клієнт стикається з вашим продуктом (Where?) [12].

Для аналізу цільової аудиторії було вирішено скористатися цим методом. Як було сказано вище компанія наразі надає послуги з розробки ШІ-асистентів та класичних чатботів. Через те, що послуги мають подібне функціональне призначення, їх було об'єднано в одну категорію.

ШІ-асистент і класичний чатбот. Цю послугу було сегментовано на дві групи. 1 сегмент — власники бізнесу B2C. Їх запит полягає в автоматизації рутинних завдань, підвищити якість обслуговування та зекономити гроші на менеджерах. Direct-менеджери не можуть впоратися з навантаженням, як наслідок бізнес втрачає ліди. Продукт особливо актуальний в період сезону високих продажів. Для власників B2B є потреба в автоматизації рутинних завдань, звільнити ресурс для вирішення більш стратегічних задач. Купівля здійснюється зазвичай через соціальну мережу інстаграм.

Результат аналізу цільової аудиторії DONE.AI за допомогою методу 5W наведено нижче.

Таблиця 1.1

5W цільової аудиторії DONE.AI

5W		
Що?	ІІІ-асистент і класичні чатботи	
	1 сегмент	2 сегмент
Хто?	Власники бізнесу B2C	Власники бізнесу B2B
Чому?	Для власників B2C є потреба в автоматизації рутинних завдань, підвищити якість обслуговування, та зекономити гроші менеджерах. Загалом це відповіді клієнтам, прийняття замовлень, бронювання	Для власників B2B є потреба в автоматизації рутинних завдань, вивільнити ресурс для вирішення більш стратегічних задач. Зняття навантаження, та оптимізація бізнес-процесів
Коли?	Купують регулярно протягом року. Особливо актуально в період сезону високих продажів	Купують регулярно протягом року. Особливо актуально в період сезону високих продажів
Де?	Соціальні мережі (інстаграм), таргетована реклама Пошукові сервіси	Соціальні мережі (інстаграм), таргетована реклама Пошукові сервіси

Для того, щоб глибше зануритися в дослідження цільової аудиторії, було проведено експертне інтерв'ю з нашими клієнтами на основі питань авторки проєкту [13]. Воно допомогло краще зрозуміти їх мотивацію та основні страхи клієнтів. З відкритих відповідей, було підтверджено гіпотезу, що клієнти з різних сфер — від медицини до роздрібної торгівлі — шукають одне й те саме. Шукають інструмент, який зменшить навантаження на команду, автоматизує типові задачі та дозволить не втрачати клієнтів через повільні відповіді. Вони цінують простоту, живу комунікацію, надійність та інтеграції з CRM. Проте, основними бар'єрами та страхами є нерозуміння принципів роботи чатбота, складність впровадження асистента, втрата «живого» тону в спілкуванні та невиправдані витрати (Рис. 1.1).

У якій галузі або сфері діяльності працює і ▾	З якими труднощами, болями ви наразі сті ▾	Які завдання у вашому бізнесі вам здають ▾	Що для вас є найважливішим при виборі і ▾	Які страхи чи сумніви заважають вам впровадити ▾
Стоматологічна клініка	Потреба в залученні окремо виділеного працівника на спілкування з клієнтами у месенджерах та соціальних мережах, що відволікає адміністратора від першочергових задач по обслуговуванні клієнтів на ресепції.	Спілкування, консультації, запис до лікаря.	Вартість впровадження, розробки порівняно з витратами на додаткового спеціаліста у штат. Надійність та системність виконання покладених на нього задач 24/7	Страх полягає у тому, що асистент може не знати якоїсь відповіді, але загалом це вирішується наповненням бази знань асистента та/або передачею таких запитів на відповідальну особу.
HoReCa	Часто надходить велика кількість однотипних запитань (бронювання столиків, меню, час роботи), і персонал не встигає швидко відповідати всім. А навіть якщо і відповідає, адміністратор відволікається від поточних задач в залі.	Обробка бронювань, відповіді на типові запитання про меню та заходи, надсилання підтверджень замовлень, нагадування про резерв столиків або їх відміну.	Найважливіше простота впровадження і надійність, щоб усе працювало без збоїв і швидко у пікові години. Також постійна підтримка від тех. сторони	Є побоювання, що бот буде відповідати занадто формально, сухо чи неправильно зрозуміє питання клієнта, і це може зіпсувати враження про сервіс.
Туристична агенція	Велика кількість поширених запитань про тури, візи, умови бронювання. Втрата потенційних клієнтів, через навантаженість менеджерів у піковий сезон. Необхідно консультувати клієнтів у вечірній і вихідний час.	Підбір турів за конкретними параметрами (країна, дати, бюджет). Надання інформації про візові вимоги, правила в'їзду в країну.	Надійність та простота впровадження, швидке навчання асистента. Оперативна техпідтримка на старті. Оптимальне співвідношення ціни та якості.	Сумніви, що клієнти зрозуміють, що спілкуються з ботом. Побоювання, що асистент буде недостатньо гнучким у відповідях на індивідуальні запити. Переживаю щодо налаштування і синхронізації з CRM та сайтами бронювання.
Роздрібна торгівля в інстаграм магазині	Велика кількість повідомлень у Direct, особливо під час акцій та розпродажів. Не завжди встигаємо швидко відповідати на запити щодо наявності товару, ціни, умов доставки. Через затримки у відповідях клієнти можуть втратити інтерес і не завершити покупку.	Відповідь на найпоширеніші запитання про асортимент, розміри, ціни, наявність, способи оплати та варіанти доставки. Також дуже важливо переконатися, що ви можете підключити CRM-систему і мати можливість відстежувати попередні розмови, замовлення і запити клієнтів, щоб надавати більш персоналізоване обслуговування.	Важлива ціна, бо бюджет обмежений. Щоб надійно і коректно працював ШІ асистент у часи великого навантаження і спілкувався у відповідному тоні	Є побоювання, що бот може неправильно зрозуміти питання клієнта, не зуміє обробити нестандартний запит типу конфліктної ситуації. Щоб не було помилок в роботі з CRMками

Рисунок 1.1. Таблиця з відповідями клієнтів на експертному інтерв'ю

На основі попередніх досліджень складено портрети персон нашої цільової аудиторії.

Катерина, 30 років. Працює у сфері e-commerce, має власний бренд. Просувається через соціальні мережі. Зараз вже інстаграм-сторінка набрала обертів. Потік клієнтів стабільний і стрімкий. Наймати дуже багато менеджерів не вистачає ресурсів, хочеться скоротити витрати і залишити сервіс на рівні. Жінка потребує інструменту, який допоможе їй автоматизувати відповіді на типові запитання клієнтів (розмір, ціна, тканина, реквізити). Катерина має сумніви і не розуміє як працює ШІ. Вважає, що автоматизація може "знеособити" її бізнес і відштовхнути клієнтів.

Олег, 41 рік. Олег — досвідчений керівник престижної стоматологічної клініки в місті. Орієнтований на якісне обслуговування та задоволення клієнтів від сервісу. Раціональний та прагматичний керівник у виборі рішень. Ретельно зважує за і проти. Спирається на конкретні факти, цифри, доказовість. Проводить аналіз перед впровадженням нових сервісів. Часто самотійно комунікує з підрядниками. Зайнятий, багато делегує, проте хоче

бути в курсі ключових аспектів бізнесу. Бажає зменшити навантаження на адміністратора. Підвищити рівень сервісу.

Аналіз цільової аудиторії допоміг чітко сегментувати клієнтів та зрозуміти їхні ключові болі. Це дало змогу адаптувати меседжі та візуальний стиль під кожну групу. Аналіз дав зрозуміти, які сенси потрібно вкладати в комунікацію з аудиторією, щоб їх сумніви і страхи розвіялися. У результаті клієнт має здійснити цільову дію — покупку. Визначено релевантні платформи для комунікації — інстаграм.

1.3. Аналіз конкурентного середовища

Аналіз конкурентів важливий етап дослідження, для того, щоб бути конкурентоспроможним гравцем на ринку. Він дозволяє виявити сильні й слабкі сторони інших конкурентів та уникнути їхніх помилок або навпаки підкреслити цікаві рішення, які варто перейняти. Це критично важливий етап для формування унікальної пропозиції та ефективного просування. Насамперед пошук і аналіз конкурентів видався досить складним, адже на вітчизняному ринку компаній чи агенцій схожих на нашу дуже мало. Загалом багато фахівців, які працюють самостійно, як фрілансери. Вони працюють самостійно і надають послуги з розробки чатботів. Якщо говорити про закордонний ринок, то там це вийшло на інший рівень, набагато масштабніший. Конкурувати з такими великими гравцями сенсу майже немає, адже це неможливо. Проте вони можуть стати для нас джерелом натхнення, інформації, фішок у введенні комунікації. Було виділено 4 конкуренти. Під час аналізу увагу було звернено на такі речі як:

- візуальна айдентика;
- контент-стратегія;
- поведінка бренду (тон і мова);
- активність аудиторії;
- послуги;
- вебсайт.

Компанія Botsband (@botsband_ua) [14]. Мають хорошу візуальну айдентичку з використанням 3D-графіки, яскравих акцентних кольорів. Проте не вистачає візуальної цілісності. На мою думку, SMM-менеджер не сформував цілісного стилю для ведення інстаграм-сторінки. Контент здебільшого освітній, але останнім часом демонструють приклади успішних кейсів. Цей підхід дозволяє переконати потенційних клієнтів. Проте взаємодія аудиторії з контентом низька. Можливо, бо відсутні прямі заклики до дії та відкриті питання з боку компанії. Тон бренду професійний і дружній. Сайт викликає довіру, добре структурований з усіма необхідними розділами та мобільною адаптацією.

Компанія Connectly.ai [15]. Присутність в соціальних мережах недостатньо розвинена, особливо в інстаграм. Акцент зроблено на лінкедин. Візуальна частина невиразна або майже відсутня, але контент подається у доступному, простому тоні. Попри велику кількість послідовників в лінкедин, залучення низьке. Сайт має сильну комерційну подачу, реалізовано цілісно і послідовно.

Компанія RAI (@rai28.official) [16]. Чітко збудована айдентика з технологічним ухилом. Є бажання відкрити кожен допис. Залучають команду для створення контенту, що викликає відчуття довіри. Контент освітній, змістовний, із прямими СТА та кейсами. Іноді розбавляють його динамічними відео або трендовими рилз з вірусним ефектом. Тон подачі контенту

експертний і партнерський. Сайт функціональний і з детальним описом переваг, функцій, тарифів та послуг. Є можливість затестувати бота.

Компанія Oob.software (@obb.software) [17]. Виділяється яскравою, впізнаваною айденікою, і візуальною складовою, але є сумніви щодо її доцільності. Вона не зовсім відповідає діяльності компанії. Контент має освітній, розважальний і трендовий ухил. Здебільшого подача гумористична, легкою мовою, люблять використовувати тренди. Публікація постів регулярна. Є активність у вигляді лайків, але зворотний зв'язок мінімальний. Сайт простий і структурований, відповідає Instagram-стилю, з чітким описом послуг і кейсів. Зважаючи на те, що ця компанія займається також розробкою сайтів, можна було б реалізувати його цікавіше.

Детальний конкурентний аналіз викладено в додатках (див. Додаток Г).

Аналіз конкурентів окреслив сильні сторони в просуванні компанії і показав напрямки для розвитку. На основі цього було сформовано SWOT-аналіз щодо поточного просування Done.AI (Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

SWOT-аналіз поточного просування DONE.AI

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
• Сучасна, впізнавана візуальна айденіка • Різний формат: каруселі, рилз • Спроби запуску таргетованої реклами	• Нестабільна публікаційна активність у соцмережах • Слабка взаємодія з аудиторією • Сайт неінформативний • Відсутній стабільний маркетинг у минулому • Не використовуються хештеги для збільшення органічного охоплення.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
• Оптимізація SEO/контенту сайту • Регулярний постинг	• Висока конкуренція з боку фрілансерів

• Підвищення взаємодії з аудиторією • Створення вірусних креативів	• Можлива недовіра до ШІ та автоматизації серед клієнтів, бо немає доказовості в просуванні в соціальних мережах.
---	---

На відміну від конкурентів, DONE.AI має на меті формувати цілісну стратегію просування. Унікальність цього підходу проявляється в таких стратегічних рішеннях:

- позиціювання бренду як довгострокового партнера, а не просто технічного виконавця;
- комбінування форматів (каруселі, рилзи, сториз) дозволяє привертати увагу й адаптувати подачу інформації;
- контент створюється з урахуванням болей клієнтів. Демонструємо не тільки що саме робимо, а навіщо це бізнесу;
- проєкт також активно враховує слабкі місця поточної ситуації DONE.AI.

РОЗДІЛ 2

ПРОСУВАННЯ СЕРВІСНОЇ КОМПАНІЇ DONE.AI

2.1. Цілі та завдання просування компанії DONE.AI

Ефективна розробка медіапродуктів потребує встановлення якісних, кількісних цілей та згрупувати їх відповідно до дерева цілей маркетингової діяльності.

Якісні цілі

- підвищити впізнаваність Done.AI серед ЦА;
- сформувати позитивне сприйняття компанії як довгострокового партнера, а не суто технічного виконавця;
- запровадити нове бачення компанії, не тільки як розробника ШІ-асистентів, а й класичних чатботів.

Кількісні цілі

- збільшити охоплення в Instagram на 1000-1500 людей;
- збільшити кількість лідів на 20% протягом наступних 3 місяців;
- збільшити кількість підписників в Instagram на 100 людей протягом наступних 3 місяців.

Короткострокові цілі (1–3 місяців)

- запустити кампанії з рекламними креативами в Instagram.

Довгострокові цілі (6–12 місяців)

- побудувати чітку систему контент-маркетингу (соціальні мережі + SEO-оптимізація сайту).

- сформувати сильну впізнавану візуальну айдентику та tone of voice бренду Done.AI.

Комунікаційні цілі

- довести ефективність рішень Done.AI через пояснення, кейси клієнтів;
- створити довіру до компанії через соціальний доказ (живу відгуки клієнтів);
- пояснити, як ШІ-асистент інтегрується в CRM, месенджери та працює.

Медіацільі

- досягти 3000 показів рекламної кампанії за 4 дні;
- отримати з таргетованої реклами CTR > 1-2%.

Завдання:

1. Підготувати теми для дописів та текстовий супровід;
2. Розробити візуальну частину дописів;
3. Розробка рекламного креативу і запуск таргетованої реклами;
4. Зробити редизайн поточного сайту DONE.AI.

2.2. Розроблення і реалізація медіапродуктів для просування

Перед реалізацією медіапродуктів було сформовано стратегію подальших кроків для просування компанії DONE.AI. Нижче подано ключові принципи.

Контент-стратегія. Освітній контент з порадами і часткою розважальних відео. Пояснюємо складні речі простою мовою. Демонструємо

реальні кейси і ефективність наших рішень. Формати: каруселі, рилз, сториз. Додаємо прямі заклики до дії — наприклад, «Забронюй консультації», «Пиши в Direct, щоб дізнатися...».

Тон комунікації. Експертний, професійний Tone of Voice, але водночас дружній. Клієнти мають вбачати довготривалого партнера.

Візуальна айдентика. Темні кольори з акцентними, які демонструють серйозність і технічність. Шрифт без засічок, легко читається. Використання графічних елементів, що передають тематику і напрямки компанії.

Вебсайт. Розробити зручну навігацію та сформувати логічну структуру посадкової сторінки. Додати числові показники ефективності, інтеграції з додатками, опис продуктів і кейсів, тестування чатбота, FAQ.

Після того як було сформовано цілі, завдання та ключові кроки, зайнялися розробкою контент-плану. Він допоміг ефективно донести повідомлення до цільової аудиторії з урахуванням особливостей кожного сегменту (Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Контент-план для DONE.AI

ДАТА	1 травня	2 травня	3 травня	4 травня	5 травня	6 травня	7 травня
ФОТОПОТІК							
Про що допис						Трансформація компанії	
Формат						хук ми повернулися	
СТОРИЗ							
Тема сториз						репост посту в сториз	
Формат						Ми зникли з радарів	
ДАТА	8 травня	9 травня	10 травня	11 травня	12 травня	13 травня	14 травня
ФОТОПОТІК							
Про що допис						Основні типи чатботів	

Формат						карусель	
РІЛС							
Тема відео		Що таке чатбот					
Формат		Маша розповідає доступною мовою, більш неформальний жартівливий формат					
СТОРИЗ							
Тема сториз		репост рілса				серія-сториз з 3	
Формат						прогрів, ХУК кожен чатбот має свою суперсилу	
ДАТА	15 травня	16 травня	17 травня	18 травня	19 травня	20 травня	21 травня
ФОТОПОТІК							
Про що допис		Розбір кейсу (вода/аптека). Біль клієнта, як закрили, в чому ефективність.				Описуємо, що наші чатботи працюють на всіх платформах. Whatsup/ viber +	
Формат		карусель				карусель	
СТОРИЗ							
Тема сториз		серія-сториз з 3				лінк на пост + порада	
Формат		проблема/рішення для клієнта				серія з 2 сториз	
ДАТА	22 травня	23 травня	24 травня	25 травня	26 травня	27 травня	28 травня
ФОТОПОТІК							
Про що допис		Як працює інтеграція з CRM системами і що це дає клієнту					
Формат		карусель					
ВІДЕО							
Тема відео						Відео про переваги чатбота від Owner	
Формат						розважальний, гумористичний	
СТОРИЗ							
Тема сториз		прогрів аудиторії, хаос у відділі продажів, рішення, СТА				перерепост	
Формат		серія 3 постів					

ДАТА	29 травня	30 травня	31 травня				
ВІДЕО							
Тема відео			Якщо ви ще думаєте, чи вартує вам запускати чатбот, дайте відповідь на наступні питання?				
Формат			аватар або відео з Максом				
СТОРИЗ							
Тема сториз			Перерепост Рилзу				

Контент-план, визначає:

- тематику допису;
- ключові повідомлення, що хочемо донести до аудиторії;
- періодичність публікацій;
- типи контенту (каруселі, рилзи).

Контент-план допоміг систематизувати процес розробки й публікації дописів, забезпечив послідовну комунікацію з аудиторією. У дописах висвітлювали технічні аспекти та створювали освітній контент для обізнаності аудиторії. Регулярно підіймали проблеми, з якими стикаються бізнеси різного масштабу. Наша мета продемонструвати реальні рішення у вигляді кейсів, можливостей функціоналу чатботів та ШІ-асистентів.

Instagram

Оскільки була тривала пауза щодо публікації контенту в соціальних мережах, потрібно було знову заявити про себе і відновити присутність. Мета першого допису була в тому, щоб познайомити аудиторію з оновленим

складом команди. Обличчя людей, що працюють в цій компанії мають викликати довіру та «олюднити» бренд. Також в дописі ми заздалегідь прогріли аудиторію до запуску нового продукту.

Другий — відеоформату рилз за участі команди, де й відбулося розкриття нової послуги у легкому, невимушеному форматі. Тема посту «Що таке чатбот?». Такий формат полегшує сприйняття складної послуги — важливо для ЦА, яка боїться складних налаштувань та нових технологічних впроваджень. Залучення реальних членів команди, фактор їх присутності викликає довіру, що є важливим для обох сегментів.

Далі йшли за планом і реалізовували освітній контент. Мета дати уявлення про різні види чатботів. Такий допис відповідає потребі зрозуміти, що саме потрібно їх бізнесу. Адже під кожен індивідуальний запит потрібен певний тип чатботів. Хук «Який чатбот потрібен вашому бізнесу?» прямо апелює до болю вибору та страху помилитися.

Наступний пост мав розкрити експертність команди та ефективність використання чатботів у бізнесі на реальному кейсі для компанії «AVALON». Доказ через кейс допомагає спростувати страхи і сумніви ЦА: «Може це не спрацює?». «А якщо інвестиції не окупляться?». Власники бізнесів мислять категорією розрахунків і точних, вони ухвалюють рішення на основі ROI та кейсів.

Останні два пости логічно продовжують освітню лінію контенту. Робимо технічні теми зрозумілими для широкої аудиторії. Допис на тему «ТОП месенджери для чатботів» мав пояснити, що обрати правильну платформу для чатбота це стратегічний вибір. Адже там, де клієнт пише, там він і купує. Цей допис відповідь на болі ЦА.

B2C: Часто працюють через інстаграм і мають страх, що бот не буде підтримувати платформу, яку вони вже використовують. Не розуміють, яким чином побудований процес прийняття та обробки замовлення. Пост знімає ці сумніви, демонструючи, що можна адаптувати рішення під будь-який канал.

B2B: Важливо охопити клієнтів у зручному для них середовищі, а також масштабуватися на інші платформи. Пост підкреслює технічну гнучкість DONE.AI, адже ми впроваджуємо чатботи на всіх популярних платформах.

Наступний пост полягав у висвітленні інформації щодо інтеграції чатбота з месенджерами та CRM-системами. Потрібно було простими словами донести важку тему. Окреслити переваги поєднання чатбота з CRM-системами. Для обох сегментів (B2C і B2B) важлива централізація даних, зменшення ручної роботи, мінімізація людського фактора, контроль за лідами. Зараз майже кожен бізнес використовує CRM-системи, тому важливо було донести, що компанія може забезпечити інтеграцію з ботом.

Таргетована реклама і створення рекламного креативу

Органічний трафік майже не посуває дописи і дуже важко потрапити в рекомендації, особливо в такій вузькій ніші. Виходячи з цього, було вирішено створити рекламний креатив. Його мета — привернути увагу потенційних клієнтів, продемонструвати результативність послуги та мотивувати на дію (реєстрацію на безкоштовну презентацію). Формат рилз: швидкий, емоційний, залучає на перегляд. Креатив короткий — 15 секунд, побудований на конкретиці. Цей допис відповідно до болів ЦА:

- для B2C-власників бізнесу апелювали до основних проблем — швидке обслуговування, збереження клієнтів;
- для B2B-сегмента акцентуємо на ефективності інвестицій.

Усі публікації контент-плану логічно відповідають виявленим болям, очікуванням і тригерам цільової аудиторії, як у B2C, так і B2B сегменті. Вони не тільки інформують, але й поступово знімають типові бар'єри на шляху до покупки. Можна сказати, що контент розроблено як відповідь на болі аудиторії.

Таргетовану рекламу запускали в інстаграм. Налаштування були наступними:

- Цільова дія — надіслати нам повідомлення.
- Аудиторія: від 25 до 55 років, жінки і чоловіки. Географічне положення — вся Україна. Зацікавленість в таких темах як: бізнес, середній бізнес, автоматизація, чатботи, штучний інтелект.
- Для початку запустили кампанію на 4 дні, якщо результати себе виправдають, продовжимо просувати допис. За цей час алгоритми відстежать, яким людям краще показувати рекламу. Решту часу креатив буде вже показуватися суто цільовій аудиторії. Бюджет на день 208 гривень, тобто 890 гривень витрат на тестування одного креативу. Охоплення від 2500 до 4300 людей. Очікувана конверсія на цільову дію 1-2%.

Соціальний доказ (відгук)

Потенційні клієнти довіряють не тільки успішним кейсам, а й реальним відгукам користувачів. Тому ми звернулися до нашої клієнтки, для якої вже реалізували чат-бот, що тлумачить сни. Активна аудиторія клієнтки складає понад 28 тисяч людей. Це підсилює довіру як до продукту, так і до компанії. Після публікації сториз зафіксовано приріст живої аудиторії на нашій інстаграм-сторінці. Здебільшого це жінки, які є власницями бізнесів.

Редизайн сайту

У процесі аналізу конкурентів було досліджено структуру сайтів, наповнення, UX. Це дозволило виявити прогалини на нашому вебресурсі. Зокрема, стало очевидним, що на сайті бракує таких важливих блоків:

- Чітка структура тарифних планів;
- З якими платформами інтегруємося;
- Які зв'язки для автоматизації рутинних процесів використовуємо;
- Демонстрація роботи чатбота;
- Структуровано оформлено кейси і наші продукти;
- Опис наших послуг;
- Блок з FAQ.

Після дослідження сайтів конкурентів, пошук референсів та натхнення на сервісах Behance, Awwwards було розпочато роботу з архітектурою сайту. Робота над архітектурою сайту, містить в собі продумування послідовності блоків. Для того, щоб провести логічну траєкторію від першого враження — до дії. У нашому випадку реєстрація на консультацію. Такий підхід базується на принципах UX-дизайну, що передбачає розуміння поведінки цільової аудиторії. Архітектура будувалась таким чином, щоб поетапно знімати бар'єри та відповідати на запитання користувача. Послідовність блоків: головна сторінка → про компанію → болі клієнтів, які ми закриваємо → функціонал → інтеграції → рішення → демо → послуги → ціна → команда → FAQ → запис на консультацію (*див. Додаток Д*). Архітектура виглядає як природне завершення шляху: від побудови довіри до прийняття рішення.

Після цього працювала над варфреймами сайту середньої деталізації. Вайрфрейми є чорновим етапом у реалізації дизайну сайту. Вони відображають розміщення основного контенту та акцентів (*див. Додаток Е*).

Варто зазначити, що варфрейми не є остаточним рішенням і можуть змінюватися в процесі прототипування сайту, якщо в цьому є потреба.

Найцікавіший етап реалізації прототипування. Безпосереднє створення дизайну, підбір кольорів, шрифтів, іконок, графічних елементів. Вирішено використати фірмовий шрифт компанії — Atyp Display. Колірна палітра чорний, білий, неоновий зелений підкреслюють технологічність і серйозність компанії. Резонує з візуальною айдентикою Інстаграм, створюючи відчуття цілісності в комунікації компанії як у соцмережах, так і на сайті (*див. Додаток Є*).

2.3 Аналіз результатів проєкту

Результати реалізації проєкту свідчать про ефективність обраної стратегії. У процесі просування компанії було досягнуто кількох ключових результатів. Після тривалої паузи присутність DONE.AI у соціальних мережах було успішно відновлено. Завдяки відповідному контенту, який відповідав на актуальні болі ЦА, ми змогли:

1. Залучити нових підписників. Вдалося збільшити кількість підписників більше ніж на 200 людей за допомогою відгуку клієнтки.
2. Підвищити охоплення дописів. За 30 днів 7600 переглядів та 3100 охоплених акаунтів. Охоплення облікових записів зросло на 700%;
3. Підвищити залученість користувачів та їх взаємодію з контентом.

Загалом аудиторія непогано відгукувалась на наші дописи: поширювали, зберігали, коментували. Це підтверджує ефективність використання моделі 5W та глибоке розуміння аудиторії. Було помічено, що після публікації контенту в одні й ті самі дні та години, інстаграм почав допомагати з

органічним просуванням. Останні дописи охопили достатню кількість людей, тільки за допомогою органічного трафіку.

Нещодавно було запущено платний трафік на рекламний креатив із результатом понад 2000 переглядів за кілька днів. Виявлено, що аудиторія краще реагує на живі відео з реальними співробітниками компанії та закликом до консультації. Це дає основу для масштабування просування через performance-канали.

Було підтримано єдину систему візуальної айдентики, що базується на фірмових кольорах DONE.AI: неонові-зелений, білий, чорний. Це підвищило довіру до бренду, впізнаваності й створило відчуття послідовності. Візуальний стиль контенту синхронізовано з дизайном сайту, що посилює ефект цілісності бренду.

ВИСНОВКИ

Під час виконання дипломного проєкту було проведено комплекс заходів для просування сервісної компанії DONE.AI, яка надає послуги з автоматизації бізнес-завдань за допомогою чатботів. Аналіз цільової аудиторії методом 5W, методом персон і експертного інтерв'ю дозволили чітко визначати болі, страхи клієнтів. Це посприяло створенню контенту, який відгукується на болі аудиторії. Аналіз конкурентного середовища виявив сильні сторони бренду, а також напрями подальшого зростання і масштабування в майбутньому. На основі цього було розроблено структурований контент-план, у якому кожен допис мала чітку мету: сформувати довіру, пояснити складне простою мовою і мотивувати до дії.

Особливу увагу було приділено візуальному складнику компанії, яка відображає його технологічну сутність і сучасний підхід. Було реалізовано редизайн сайту. У рамках проєкту запущено рекламні кампанії з відеокреативами, які демонструють цінність послуг DONE.AI у трендовій та динамічній формі.

Результати довели ефективність просування компанії. Підвищено впізнаваність компанії, зросли охоплення, залучили нових підписників, виросла взаємодія з контентом у соцмережах. Дипломний проєкт продемонстрував знання теоретичних основ і довів практичну цінність для бізнесу завдяки успішним результатам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Anastasiia S. What Is SWOT Analysis and How to Do It Correctly. *SOFTWARE DEVELOPMENT HUB*. 20.02.2023. URL: <https://sdh.global/blog/development/what-is-a-swot-analysis-and-how-to-do-it-correctly/> (дата звернення: 15.05.2025).
2. Ганна. Метод 5W Шеррінгтона: як і чому треба сегментувати аудиторію медичного бренду. *EDGE LAB*. 26.11.2023. URL: <https://edgelab.com.ua/blog/metod-5w-sherringtona-yak-i-chomu-treba-segmentuvaty-audytoryu-medychnogo-brendu/> (дата звернення: 15.05.2025).
3. Kotler P. Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets. *Researchgate*. URL: https://www.researchgate.net/publication/265069529_Kotler_on_Marketing_How_to_Create_Win_and_Dominate_Markets (дата звернення: 15.05.2025).
4. Persson J. David Ogilvy's 7 principles of marketing. *CultMethod*. URL: <https://cultmethod.com/articles/ogilvys-principles/> (дата звернення: 24.05.2025).
5. Норман Д. Дизайн звичних речей / пер. М. Бакалов. Харків : КСД, 2023. 320 с.
6. Яо М., Університет Іллінойсу (Урбана-Шампейн). *Prometheus*. URL: https://apps.prometheus.org.ua/learning/course/course-v1:Illinois+DMMS101+2023_T3/home (дата звернення: 13.01.2024).
7. Allen M. Breakdown of “Contagious : Why Things Catch On” By Jonah Berger. *Medium*. 25.10.2016. URL: <https://medium.com/the-nonfiction->

[zone/breakdown-of-contagious-why-things-catch-on-by-jonah-berger-a50e83a2f28a#](#) (дата звернення: 28.05.2025).

8. Redazione Antreem. The process for constructing Personas. *Antreem*. 21.06.2017. URL: <https://antreem.com/en/blog/the-process-for-constructing-personas> (дата звернення: 25.05.2025).
9. Редакція. 10 евристик юзабіліті Якоба Нільсена, проілюстрованих дизайн-рішеннями Revolut. *UXPUB*. 01.08.2023. URL: <https://ux.pub/editorial/10-ievristik-iuzabiliti-iakoba-nilsiena-proiliustrovanikh-dizain-rishienniami-revolut-bdo> (дата звернення: 17.03.2025).
10. done.ai.tech : інстаграм-сторінка. URL: <https://www.instagram.com/p/DJbIrsGKIHg/> (дата звернення 05.04.2025).
11. DONE.AI. URL: https://done-ai-tech.webflow.io/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAadQmBGAAU76zP1zdNCrefdfUt_r_zsrYBmERP8ZuaGjbZ4k40SLJSTehMPUuQ_aem_VM3cLY4Rt5cOzBJFqxq6YzA (дата звернення 28.04.2025).
12. Альона. Основні методи сегментації аудиторії. IDEADIGITAL. URL: <https://ideadigital.agency/blog/osnovni-metodi-segmentatsiyi-auditoriyi/> (дата звернення 18.02.2025).
13. Максимович М.В. Експертне опитування для аналізу потреб клієнтів DONE.AI. URL: <https://forms.gle/UtDw8odFyPBdKKdZ9> (дата звернення 28.04.2025).
14. botsband_ua : інстаграм-сторінка. URL: https://www.instagram.com/botsband_ua (дата звернення 15.05.2025).
15. Connectly.ai : лінкедин-сторінка. URL: <https://www.linkedin.com/company/connectly-ai/posts/?feedView=all> (дата звернення 15.05.2025).

16. rai28.official : інстаграм-сторінка. URL:

<https://www.instagram.com/rai28.official?igsh=MTVnaGYyeHRiNTR2>

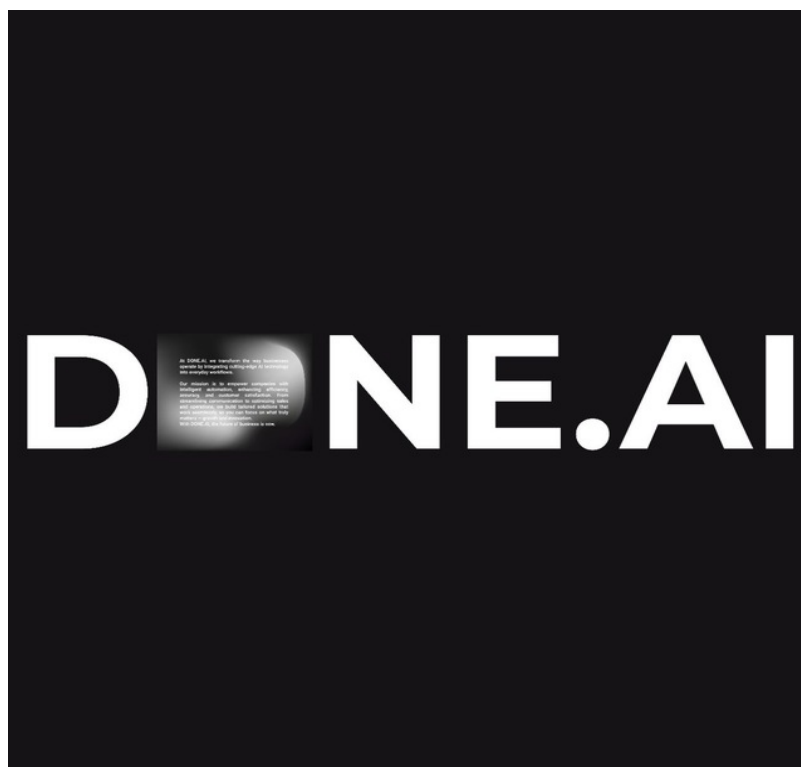
(дата звернення 15.05.2025).

17. obb.software : інстаграм-сторінка. URL:

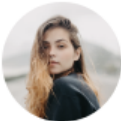
<https://www.instagram.com/obb.software/> (дата звернення 15.05.2025).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



ДОДАТОК Б



Катерина

Вік:
30

Гендер:
Жінка

Країна:
Україна

Робота:
**Власниця
Instagram магазину**

Катерина — відповідальна власниця, Instagram магазину сфокусованого на роздрібній торгівлі. Вона звикла контролювати багато процесів одночасно, але щоденні рутини, як-от спілкування з клієнтами в Direct або на ресепції, забирають надто багато часу. У неї невелика команда, людський ресурс обмежений, а наймати ще одного працівника недешево.

© **Потреби**

Надати клієнтам швидкі відповідь 24/7 та не втрачати ліди. Оперативно працювати без розширення штату.

🔗 **Motivations**

Розвантажити навантаження на працівників та пришвидшити сервіс

🔴 **Страхи**

1. Катерина маж сумніви і не розуміє як працює чат-бот та інтегрується з CRM. Боїться, що ШІ-асистент відповість "не по-людськи".

ДОДАТОК В



Олег
Вік:
41
Гендер:
Чоловік
Країна:
Україна
Робота:
**Власник
стоматологічної
клініки**

Олег — досвідчений керівник невеликої, але стабільної стоматологічної клініки в місті. Орієнтований на якість обслуговування та комфорт клієнтів. Раціональний у виборі рішень, спирається на порівняння вартості та ефективності. Проводить аналіз перед впровадженням нових сервісів. Часто самостійно комунікує з підрядниками. Зайнятий, багато делегує.

📍 **Потреби**

Шукає способи автоматизації рутинних, повторювальних задач і оптимізації роботи команди.

🎯 **Мотивація**

Зменшити навантаження на команду, саме адміністратора.
Підвищити рівень сервісу

🚫 **Страхи**

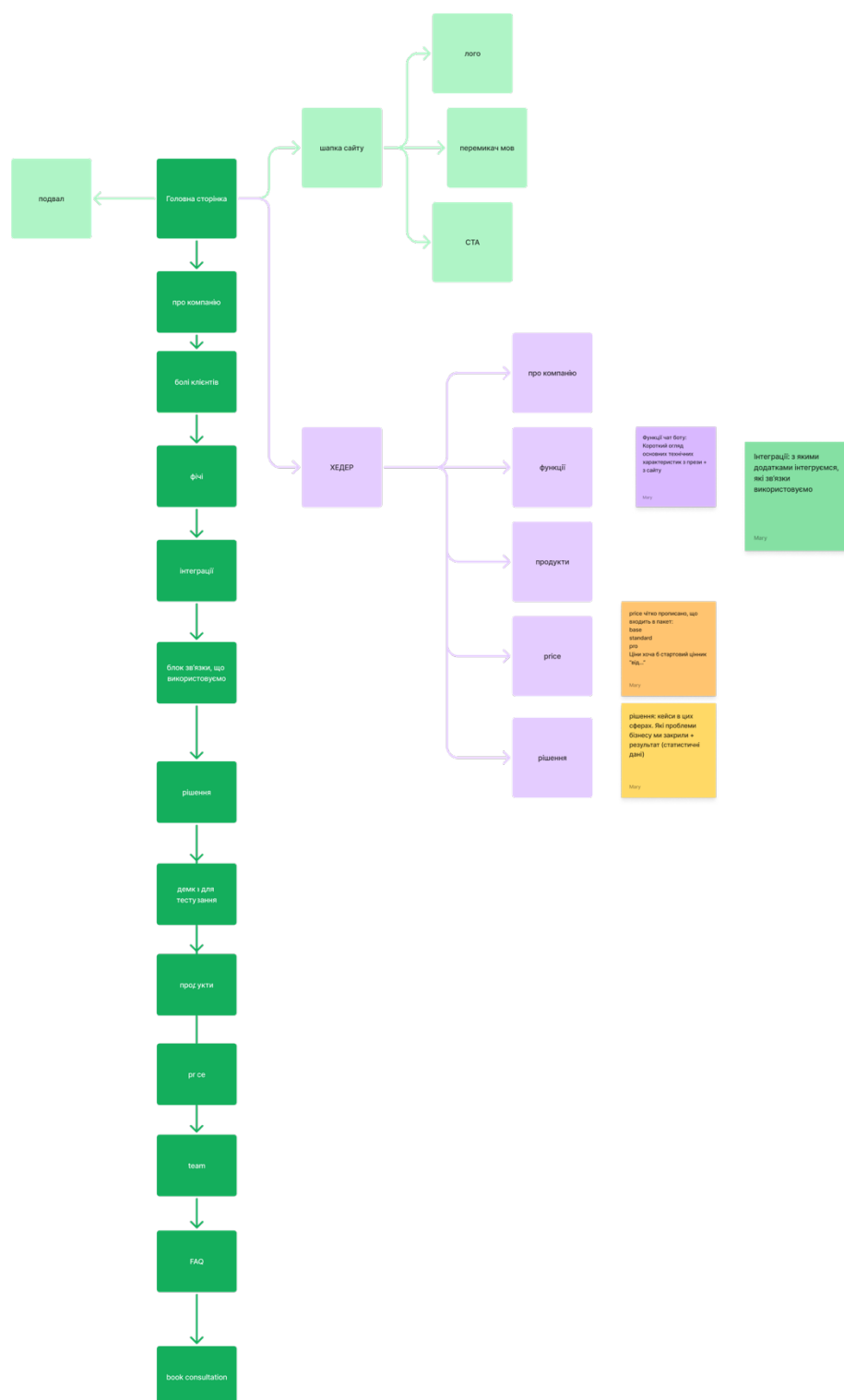
- Невиправдані інвестиції
- Як перфекціоніст, він боїться хаосу, помилок та непрозорих систем.

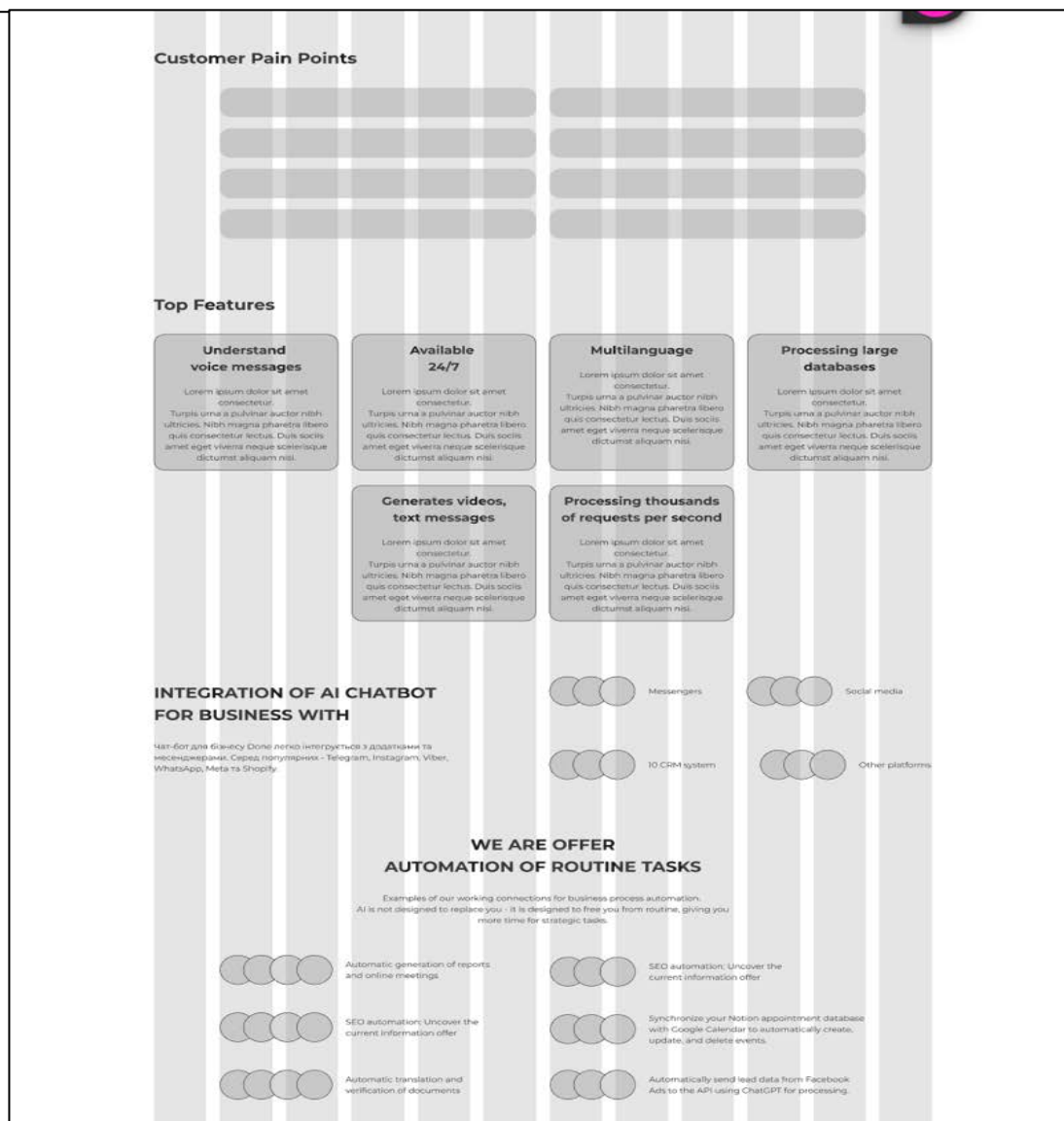
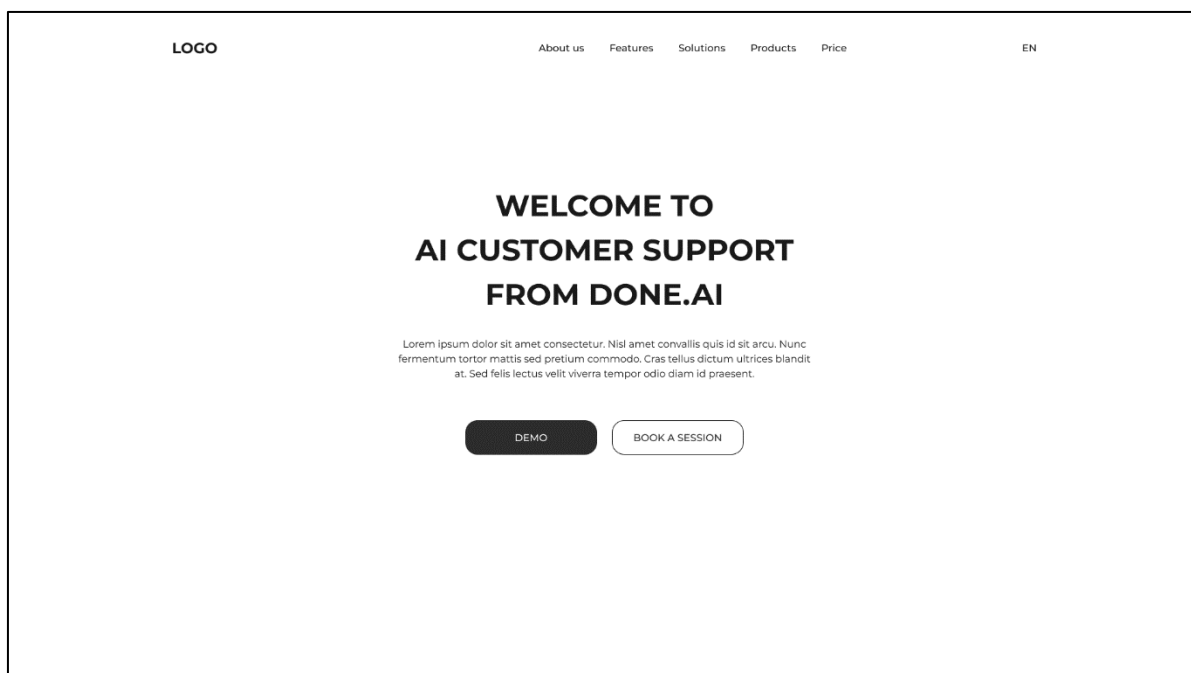
ДОДАТОК Г

Конкурент	Соц.мережі	Візуальна айдентика	Контент-стратегія	Поведінка бренду (тон і мова)	Активність аудиторії	Пропозиція / Послуги	Вебсайт
Botsband	Інстаграм	Використовують темні кольори, акцентні фіолетовий, синій. Це додає енергії і розбавляє візуальний ряд. Шрифти рублені, без засічок. Виділяють ключові меседжі масивним шрифтом для зручного сканування. Використовуються 3D зображення.	Загалом одноманітний формат постів - карусел і сингл-пост. Освітній та інформаційний контент. Забувають взаємодіяти з ЦА, ігнорують прямі СТА	Tone of voice професійний, дружній. Стиль мовлення доступний, з роз'ясненнями термінів. Комунікації викликає довіру й відчуття підтримки	Кількість підписників: 119 в Інстаграм Кількість лайків: дуже низька Залученість аудиторії відсутня. Жодних коментарів чи репостів	Розробка чатботів	Мінімалістичний дизайн без зайвих елементів. Присутня інформації про послуги, кейси, відгуки, пропозиції, інтеграції, FAQ. Є Мобільна адаптація.
Connectly.ai	Instagram LinkedIn	Інстаграм не ведуть на разі, але в ньому айдентики не прослідковується. Використання		Tone of voice бренд використовує дружній, але професійний тон. Вони доступно пояснюють	Кількість підписників: 7000+ в Лінкедін Кількість лайків: від 5	AI-платформа для автоматизації комунікацій з клієнтами через	Сайт має інтуїтивно зрозумілий, з чіткою структурою. Наявні метрики

		мокапів загалом. В лінкедін здебільшого скріни з чатботів, фото працівників. Немає чіткої візуальної складової. Ведення соц.мереж закордоном суттєво відрізняється від нас.		впровадження інноваційних рішень. Комунікація зосереджена на простоті використання.	до 50 Зважаючи, на не малу кількість підписників рівень залученості аудиторії низькуватий.	популярні месенджери, такі як WhatsApp, Facebook, Instagram	ефективності компанії. Вказано інтеграції з п, реалізовані кейси та відгуки. Є можливість спробувати безкоштовну версію і подивитися демо-версію.
RAI	INSTAGRAM	Основні кольори: фіолетовий — акцентний, білий та сірий як другорядні кольори. Графіка мінімалістична, сучасна, з ухилом у технологічний дизайн. Використовують роботів, але здебільшого присутні обличчя працівників компанії.	Переважає освітній контент, трохи розважального. Формат: каруселі, міні подкасти. Фігурують згадки про партнерство, інтеграції. Прямі СТА: "Book a consultation". Акцент на реальні кейси компанії. Знімають співробітників, створює ефект довіри.	Tone of voice вміщує в собі експертність, партнерський підхід та орієнтацію на результат. Створили образ надійного та інноваційного партнера.	Кількість підписників: 1 107 Кількість лайків: від 5 до 50 Чи є живе спілкування в коментарях: середній рівень залученості від підписників в коментарях	Розробка ШІ-ботів ШІ-аватари	Структуровано описали про всі свої переваги, функції, рішення для бізнесів. Є інформація про те, з якими платформами інтегруються. Тестування чатбота прям на сайті. Прописано послуги, які надають та вартість тарифів. Відповіді на часті запитання
obb.software	Instagram	Основні кольори: яскравий лаймовий, блакитний, відтінки сірого та білого, чорного для заголовків і важливих слів. Ілюстрації: мінімалістичні, іноді мультяшні з гумористичним елементом, більш плоска графіка 2D графіка.	У форматах контенту переважають каруселі, синг-дописи та рідко рилз. Тематика освітня, поради + іноді використовують тренди, розважальний контент.	Тон подачі: дружній і патнерський, освітній, з ноткою гумору. Сприйняття бренду: сучасний, трендовий, орієнтований на простоту та людяність у комунікації, використовують меми/емодзі.	Кількість підписників: 531 Кількість лайків: від 5 до 60 Зворотній зв'язок в коментарях відсутній.	Консультації; Розробка та проектування чатбота; Підтримка після впровадження чатбота; Розробка сайтів.	Короткий односторінковий сайт, але досить структуровано викладено матеріал. Переваги, ціни, кейси. Візуальна айдентика інстаграма і сайта дуже співпадає. Виглядає консистентно. Зручний і нативний у використанні.

ДОДАТОК Д





SOLUTIONS

Categories

E-commerce

Beauty

HoReCa

Choose categories

Medicine

FinTech

HoReCa

Problem
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Turpis urna a pulvinar auctor nibh ultricies. Nibh magna pharetra libero quis consectetur lectus.

Solution
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Turpis urna a pulvinar auctor nibh ultricies. Nibh magna pharetra libero quis consectetur lectus. Duis sociis amet eget viverra neque scelerisque dictumst aliquam nisi. Mattis elit dolor luctus aliquet sagittis. Duis sociis amet eget viverra neque scelerisque dictumst aliquam nisi. Mattis elit dolor luctus aliquet sagittis.

CHECK OUT DONE.AI CHATBOT

New messages from Anna Wilson

Identifying the request and finding the solutions

Reply to the client and engage into conversation

Get started

PRODUCTS

AI CUSTOMER SUPPORT

AI GENERATION OF CONTENT

CIRCULAR POSTING

AI CUSTOMER SUPPORT
 Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Turpis urna a pulvinar auctor nibh ultricies. Nibh magna pharetra libero quis consectetur lectus. Duis sociis amet eget viverra neque scelerisque dictumst aliquam nisi. Mattis elit dolor luctus aliquet sagittis. Duis sociis amet eget viverra neque scelerisque dictumst aliquam nisi. Mattis elit dolor luctus aliquet sagittis.

PRICE

AI CUSTOMER SUPPORT

- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum

from 450\$

Book a session

AI GENERATION OF CONTENT

- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum

from 500\$

Book a session

CIRCULAR POSTING

- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum
- Lorem ipsum

from 215\$

Book a session

TEAM

RUSLAN PHOTO

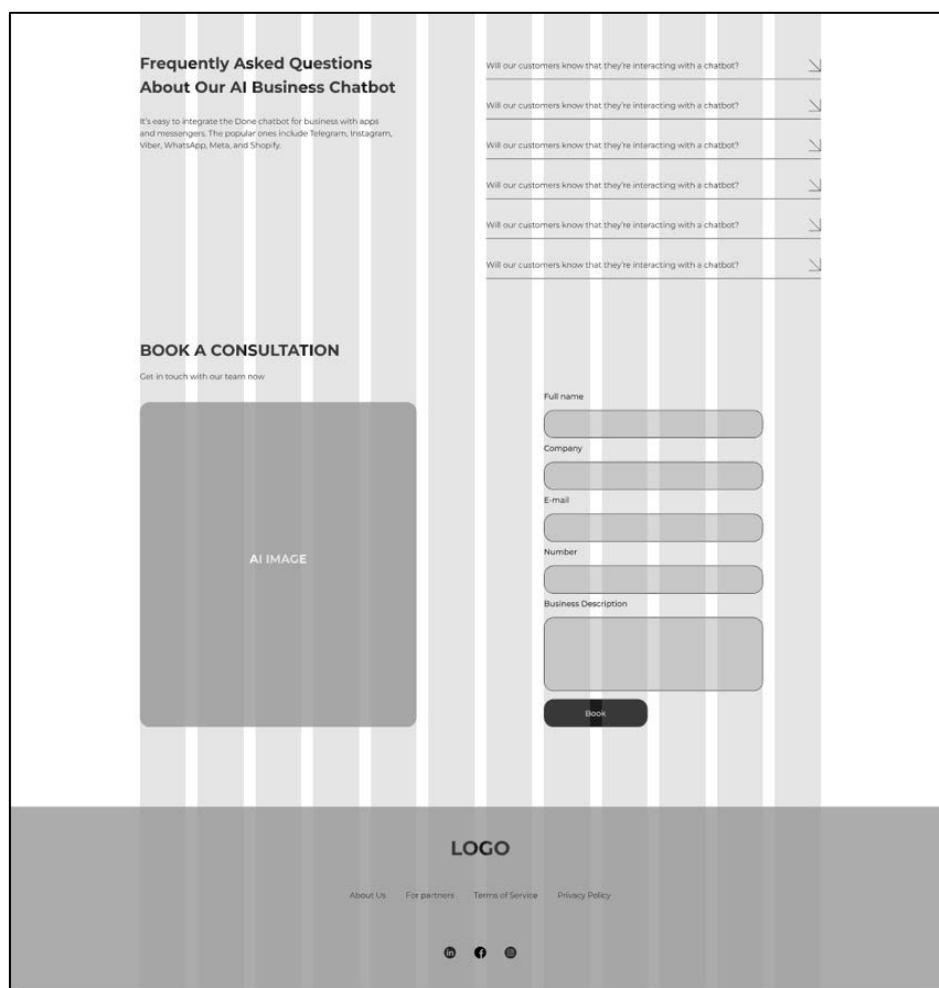
RUSLAN DMITRIENKO
 Co-founder
 8 years in digital, over 200 successful advertising projects, specialist in analysis, traffic optimization and implementation of innovations to improve business efficiency.

DIMA PHOTO

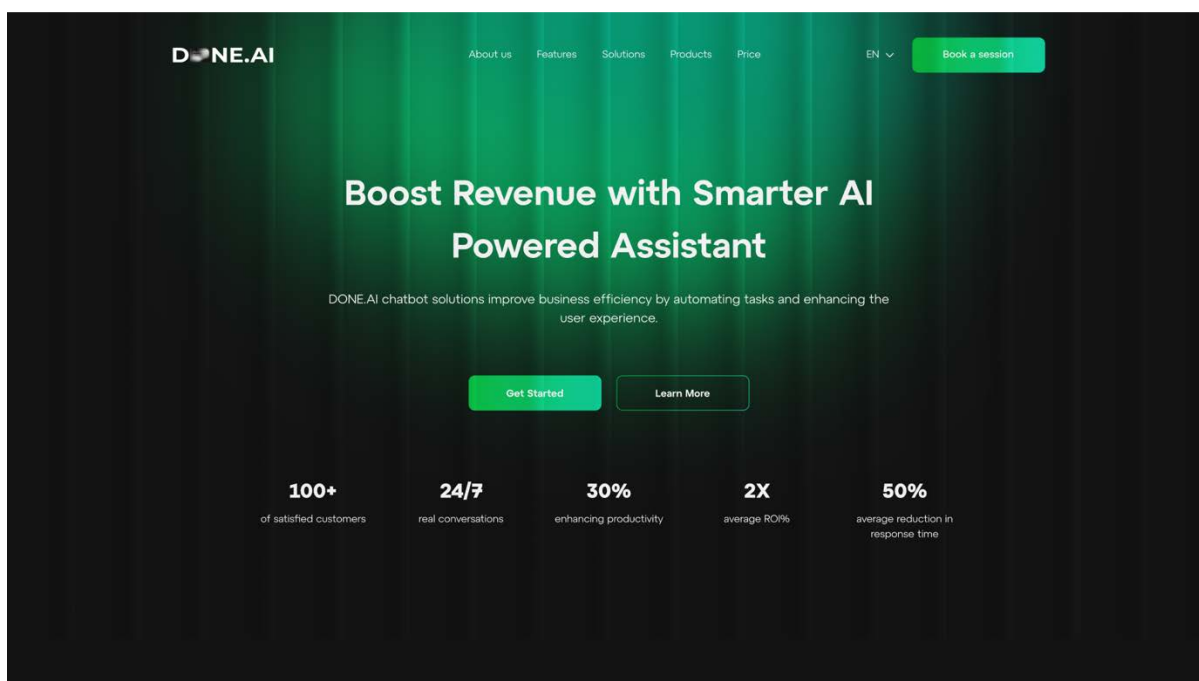
DMITRIY TARUTA
 Chief Technology Officer
 10 years of experience in personnel management, development and implementation of CRM systems and automation of business processes, information and cybersecurity specialist in logistics companies in Ukraine and Poland.

MAKSYM PHOTO

MAKSYM SHTEPA
 Business Development Manager
 Expert in building, analyzing, and optimizing the customer journey in the B2C segment, implements AI-based solutions for customer support and sales.



ДОДАТОК €



ABOUT COMPANY

DONE.AI is a service company that closes deals on a turnkey basis and provides services for automating routine business tasks with the help of an AI agent. We work with each client on an **individual request**.

Our **mission** is to help businesses of all sizes reduce costs, overcome staffing shortages, and ease the burden on payroll. We **automate routine** tasks and customer service operations to boost efficiency and cut overhead.



We cover

CUSTOMER PAIN POINTS

Reducing manual work

Collect and process large amounts of data

Scale support, not payroll

Help in solving simple technical problems

Minimize errors

Automatic updating of the knowledge base

Quickly switch between tasks

Preserving the context of the conversation

TOP FEATURES



Available 24/7

Our chatbot works 24/7 — no breaks, no days off. It instantly answers questions, takes orders, and supports customers — even when your team is offline.



Multilingual

Speak your customer's language. The chatbot automatically detects the user's preferred language. Ideal for businesses with a diverse audience.



Fast processing

Our DONE chatbot handles up to 10,000 requests per second, ensuring a seamless customer experience — even after hours.



Database processing

Chatbots collect, analyze, and report large data — fast, smart, and ready for decision-making.



Fast processing

Our DONE chatbot handles up to 10,000 requests per second, ensuring a seamless customer experience — even after hours.



Fast processing

Our DONE chatbot handles up to 10,000 requests per second, ensuring a seamless customer experience — even after hours.

INTEGRATION OF AI CHATBOT FOR BUSINESS WITH

The Done chatbot for business can be easily integrated with applications, messengers, and CRM systems. Among the most popular ones are Telegram, Instagram, Viber, WhatsApp, Meta, and Shopify.



Messengers



Social media



30+ CRM system



Others

WE ARE OFFER AUTOMATION OF ROUTINE TASKS

Examples of our working connections for business process automation. AI is not designed to replace you - it is designed to free you from routine, giving you more time for strategic tasks.



Automatic generation of reports and online meetings.



Automatic generation of reports and online meetings.



500 automations uncover the current information offer.



Synchronize your notion appointment database with Google Calendar to automatically create, update, and delete events.



Automatic translation and verification of documents.



Automatically send lead data from Facebook Ads to the API using ChatGPT for processing.

SOLUTIONS

Categories

E-commerce

Medicine

HoReCa

Medicine

Beauty

FinTech

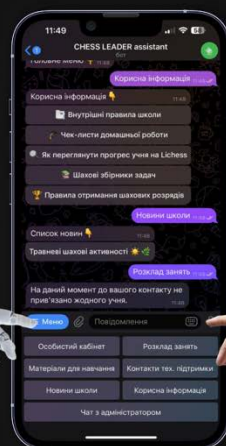
Problem

Examples of our working connections for business process automation. AI is not designed to replace you - it is designed to free you from routine, giving you more time for strategic tasks.

Solution

Examples of our working connections for business process automation. AI is not designed to replace you - it is designed to free you from routine, giving you more time for strategic tasks.

CHECK OUT CHATBOT



PRODUCTS

Categories

AI CUSTOMER SUPPORT

AI GENERATION OF CONTENT

CLASSIC CHATBOT

AI CUSTOMER SUPPORT

Examples of our working connections for business process automation. AI is not designed to replace you - it is designed to free you from routine, giving you more time for strategic tasks.

TEAM



MAKSYM SHTEPA

Business Development Manager

Expert in building, analyzing, and optimizing the customer journey in the B2C segment. Implements AI-based solutions for customer support and sales.



MARIIA MARUKHNENKO

Chief Technology Officer

6 years of practical experience
More than 200 successfully implemented cases. Expert in creating chatbots and custom CRM systems.