

От АВАТАРА до ЛПРа

Коммуникационная стратегия в B2B на примере фильма «Аватар»



Ксения Шумакова

Руководитель
«Студии экспертного контента»

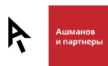
Давайте ЗНАКОМИТЬСЯ:



- Руководитель Студии экспертного контента
- Наставник по контент-маркетингу в 17 B2B компаниях
- 500+ часов консалтинга за год
- Тренер по публичным выступлениям
- Спикер и модератор конференций DEMIS PERFORMANCE CONF, B2B Insights Day, Completo, Baltic digital days, IMEXPERT, Convert Monster и др.

Наши клиенты и ученики

IT-AGENCY



Artsofte
digital

КонтурШкола

DELTACLICK

BotHelp

i-will

альтера^u

реАспект

AdBeam

Студия Евгения Летова
Промо Эксперт

RUSH
AGENCY

DIGITAL
[ALM
OND]
AGENCY

Вас найдут.

сХема

Издательство
«Медиа Сфера»

impulse.guru

webit

CREALYTICS

SendPulse+

CDNvideo

iq online

HEBCEM

it-people
HUMAN
RESOURCES
AGENCY

ИНФОГРАФИКА

вебфлай
digital-интератор

TECHNAXIS

MAKO
DEEP PERFORMANCE

MANY
LETTERS

ЕВКАЛИД

SFIRU

COFFEE
STUDIO
digital agency

ZV.Digital

РОКСИС
информационные системы

doczilla

Dau
Relationship
Marketing

MOLINOS

WEB ALTERNATIVE

karboost

webolution[®]
evolution of your business

EMISART &
ARTLIBERTY

01 – От Аватара до ЛПРа

ЖИЗНЬ НА ПЛАНЕТЕ B2B





На этой планете
клиентов на всех
не хватит...



1. Продавать всё сложнее



На этой планете
клиентов на всех
не хватит...

1. Продавать всё сложнее
2. КП уходят в спам



На этой планете
клиентов на всех
не хватит...



1. Продавать всё сложнее
2. КП уходят в спам
3. До ЛПРов сложно дотянуться



На этой планете
клиентов на всех
не хватит...

1. Продавать всё сложнее
2. КП уходят в спам
3. До ЛПРов сложно дотянуться
4. Маркетинг и продажи не дружат



На этой планете
клиентов на всех
не хватит...

1. Продавать всё сложнее
2. КП уходят в спам
3. До ЛПРов сложно дотянуться
4. Маркетинг и продажи не дружат
5. Мало хороших сейлзов



На этой планете клиентов на всех не хватит...



1. Продавать всё сложнее
2. КП уходят в спам
3. До ЛПРов сложно дотянуться
4. Маркетинг и продажи не дружат
5. Мало хороших сейлзов
6. Много расходов на рекламу



На этой планете клиентов на всех не хватит...

1. Продавать всё сложнее
2. КП уходят в спам
3. До ЛПРов сложно дотянуться
4. Маркетинг и продажи не дружат
5. Мало хороших сейлзов
6. Много расходов на рекламу
7. Не понятно, за что хвататься...

Метод рекламной бомбардировки

«Аватары клиентов в B2B — полная хрень. Бред учёных импотентов»



Метод PR и коммуникаций

«Если вы хотите разделить
с ними их мир, вы должны
их понять!»



Сегодня смотрим

- Что изменилось в B2B-коммуникациях
- Кастдевы в B2B. Почему клиенты вам врут
- Как добраться до «вождя»?
- АВМ: как объединить маркетинг и продажи
- Аватар клиента: путь в лиды. 5 главных шагов



02 — От Аватара до ЛПРа

В2В-КОММУНИКАЦИИ ТОГДА И СЕЙЧАС

ТОП-3 проблем B2B-коммуникаций в 2024

1. Персонализация
2. Системность
3. Отстройка от контента конкурентов

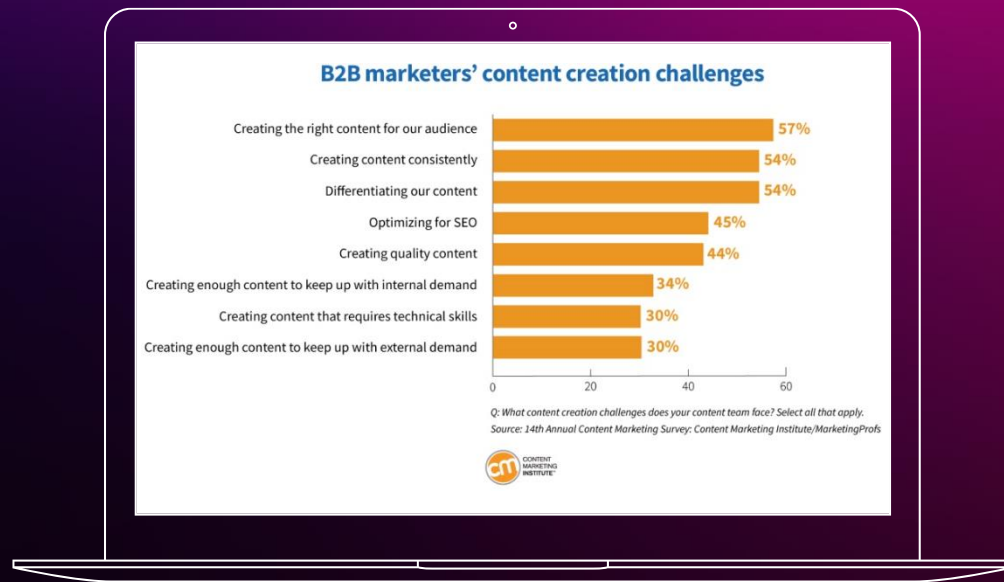
Исследование «Бенчмарки, бюджеты и тенденции контент-маркетинга B2B: прогноз на 2024 год»



ТОП-3 + 1 проблема B2B-коммуникаций в 2025

1. Не хватает ресурсов
2. Аналитика (новинка!)
3. Не закрыт весь путь клиента
4. Нет координации между маркетингом и продажами

Исследование «Показатели, бюджеты и тенденции контент-маркетинга B2B: перспективы на 2025 год»



ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ?



IT – 2026

- Увеличение страховых взносов с 7,6 до 15 %
- Выручка компаний с УСН может упасть в 6 раз
- Отток до 40 000 специалистов

«Многие годы правительство последовательно расширяло объемы поддержки IT-отрасли – пока была такая возможность...»
(Максут Шадаев)

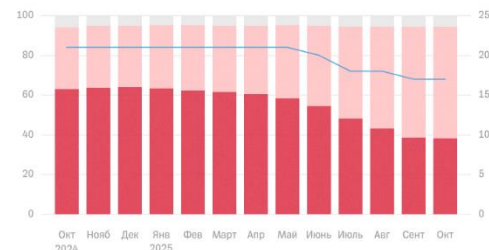
Продажи

- Разработчики повышают цены на лицензии
- Высокая ключевая ставка – заказчики режут косты
- Спрос падает

Динамика спроса на полугодовые и годовые кредиты в сравнении с ключевой ставкой ЦБ

Количество кредитов:

● на 6 мес. ● на 12 мес. ● Другие кредиты — Ключевая ставка ЦБ



T-БИЗНЕС СЕКРЕТЫ

Источники: T-Data, T-Бизнес

Продукт и маркетинг

- Продакты и маркетинологи не дружат
- Процессы застревают
- ТТМ растягивается





Account-based Marketing на Пандоре

- Ключевые клиенты: племена Нави
- Полезный контент: школа Грейс Огустин
- Живое общение: изучение языка и культуры
- Командная работа: учёные лаборатории + операторы аватаров
- Обогащение данных: исследования non stop

Аватар клиента: путь в лиды



Латентная
потребность

Осознание
потребности

Выбор

Покупка

Внедрение

Повторная
покупка

Лояльность

Адвокат
бренда

03 — От Аватара до ЛПРа

КАСТДЕВЫ В В2В

Вопросы для кастдева:

«ЖИВЫЕ»

0 прошлом

Конкретные факты, переживания

0 собеседнике

Простыми словами

Направляющие, открытые

«мёртвые»

0 будущем

Мнения и размышления

0 вашем продукте

Формальные, с канцеляритом

Напористые, перебивающие

Вопрос живой или мёртвый?

«Вспомните свои первые впечатления
от нашей услуги/продукта...?»

«Вспомните свои первые впечатления
от нашей услуги/продукта...?»

«Что мы должны улучшить в сервисе,
чтобы эффективно решать ваши задачи?»

«Что мы должны улучшить в сервисе,
чтобы эффективно решать ваши задачи?»

«Как вы раньше решали эту проблему?»

«Как вы раньше решали эту проблему?»

10 вопросов для кастдева в B2B

- Помогают установить контакт
- Дадут больше информации, чем вы планировали
- Снизят риск ложных выводов
- Подходят для постоянных и потенциальных клиентов



04 — От Аватара до ЛПРа

КАК ДОТЯНУТЬСЯ ДО ВОЖДЯ

Что узнали?

- Должность
- Возраст
- В какой ситуации формируется потребность?
- Какую проблему пытается решить?
- Личная мотивация
- Страхи, если не решить вопрос

Что узнали?

- Должность
- Возраст
- В какой ситуации формируется потребность?
- Какую проблему пытается решить?
- Личная мотивация
- Страхи, если не решить вопрос

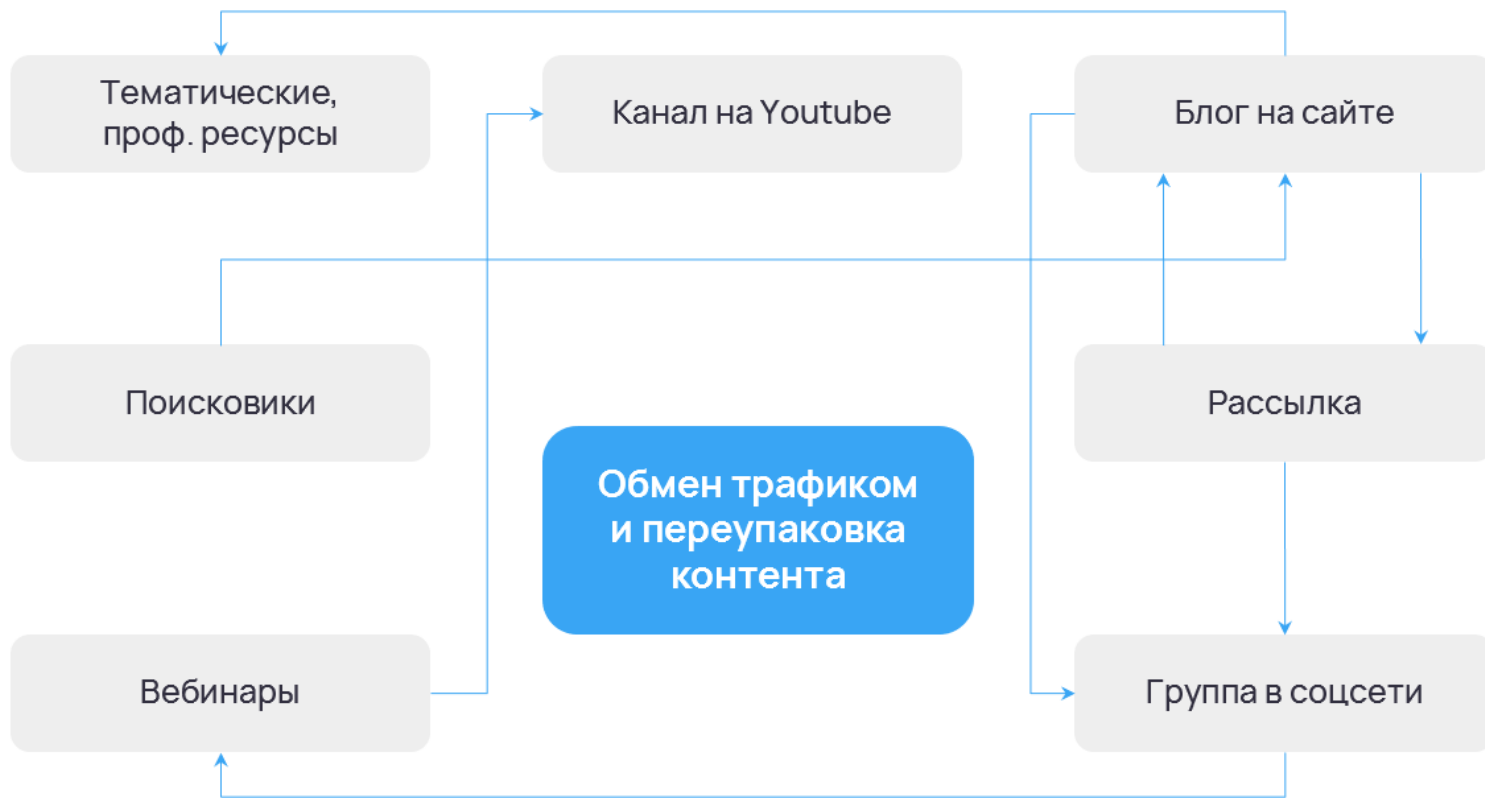
- Уровень знаний о продукте
- Кто принимает решение о покупке?
- Какие убеждения мешают?
- Возражения
- Критерии выбора
- В каких каналах получают информацию?

Досье на минимум 3 сегмента (пример провайдера 1С)

В	С	Е
руководитель IT-департамента	1. Руководители средних и крупных компаний	Бухгалтер в компании/аутсорс
Категория А	Категория А	Категория D
руководитель IT-отдела	руководитель	бухгалтер
от 500 тыс.	500–1000 тыс. Тг, крупный	от 10 до 20 тыс. Тг
1С онлайн, Сервер, подписки MS, Хостинг	1С онлайн, Сервер, подписки MS, Хостинг	1С онлайн и Фреш
высокий	низкий	низкий
высокий	высокий	низкий
Евгений Константинович, 35 лет	Александр, директор группы компаний автодилеров, 50 лет	Ирина Анатольевна, 35 лет
		
1. Все технологические вопросы компании в его зоне ответственности 2. Предпочитает работать с теми, у кого есть сложившаяся репутация в сфере IT 3. Для него важен уровень компетенции подрядчика и то, чтобы он мог закрывать как можно больше вопросов 4. К облачным хранилищам обратится когда возникнет необходимость, а не для компании	1. Принимает решение самостоятельно, но не всегда является инициатором. Чаще всего с подачи руководителей отвечающих за профильное направление, например, IT-отдела 2. Занимается общим управлением и редко готов разбираться с тонкостями, ставит задачи и хочет чтобы они так или иначе были выполнены 3. Сторонние облачные хранилища выбирает, если это финансово выгодно, чем покрывать собственные и	1. Хочет иметь возможность работать из дома 2. Не сильно разбирается в IT, но знает, что всю бухгалтерию и сдавать отчеты можно удаленно 3. Принимает первичное решение о необходимости подключения к облачным сервисам, советует предпринимателю подключиться к той или иной компании 4. Для нее не важны технические нюансы подключения, главное чтобы всегда был стабильный доступ к 1С и необходимыми для работы информацией

8 точек концентрации ЦА

- СМИ
- Соцсети
- Мессенджеры
- Почта
- Поисковые системы
- Профессиональные сообщества
- Площадки с отзывами
- Ивенты: отраслевые конференции, вебинары, семинары



ЗАТОЧИ КОПЬЁНТЕНТ

Один кейс – 5 жанров

1. «Блокбастер» в отраслевых
СМИ



Один кейс – 5 жанров

1. «Блокбастер» в отраслевых СМИ
2. «Сериал» для личного канала



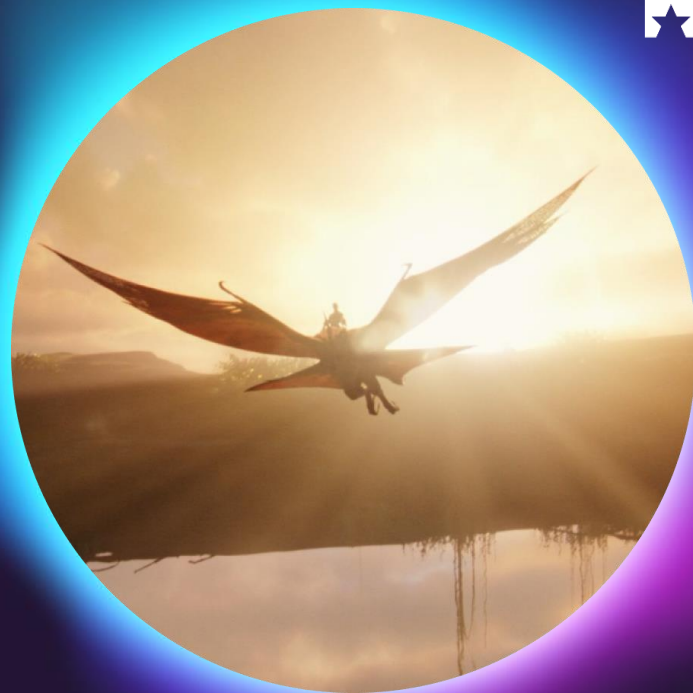
Один кейс – 5 жанров

1. «Блокбастер» в отраслевых СМИ
2. «Сериал» для личного канала
3. «Документалка» в блоге на сайте



Один кейс – 5 жанров

1. «Блокбастер» в отраслевых СМИ
2. «Сериал» для личного канала
3. «Документалка» в блоге на сайте
4. «Шоу» на конференции



Один кейс – 5 жанров

1. «Блокбастер» в отраслевых СМИ
2. «Сериал» для личного канала
3. «Документалка» в блоге на сайте
4. «Шоу» на конференции
5. «Арт-хаус» для презентации



Нужен контент для каждого сегмента?!



СТОП

05 – От Аватара до ЛПРа

5 КОНТЕНТ-ШАГОВ ДО ЛИДОВ

1 – Ставим цели. Декомпозируем до задач

Цель	Задачи отдела PR и коммуникаций	KPI (что считаем)
Узнаваемость	• Публиковать статьи в СМИ • Вести соцсети • Оптимизировать блог • Выступать на широкую аудиторию	• Охваты • Подписки, реакции • Переходы из ПС • Брендовые запросы

1 – Ставим цели. Декомпозируем до задач

Цель	Задачи отдела PR и коммуникаций	KPI (что считаем)
Лиды	• Делать лид-магниты • Проводить вебинары • Показывать кейсы (+PPC) • Помогать ОП	• Число скачиваний • Кол-во регистраций • Число обращений • % конверсии в лиды



2 – Сегментируем ЦА и создаём аватары клиентов

- На каждый сегмент



2 – Сегментируем ЦА и создаём аватары клиентов

- На каждый сегмент
- Кто в приоритете?



2 – Сегментируем ЦА и создаём аватары клиентов

- На каждый сегмент
- Кто в приоритете?
- Учитываем личные мотивы



2 – Сегментируем ЦА и создаём аватары клиентов

- На каждый сегмент
- Кто в приоритете?
- Учитываем личные мотивы
- Оцениваем стадию принятия решения



2 – Сегментируем ЦА и создаём аватары клиентов

- На каждый сегмент
- Кто в приоритете?
- Учитываем личные мотивы
- Оцениваем стадию принятия решения
- Указываем места «обитания»

3 – Строим путь клиента и контентные воронки



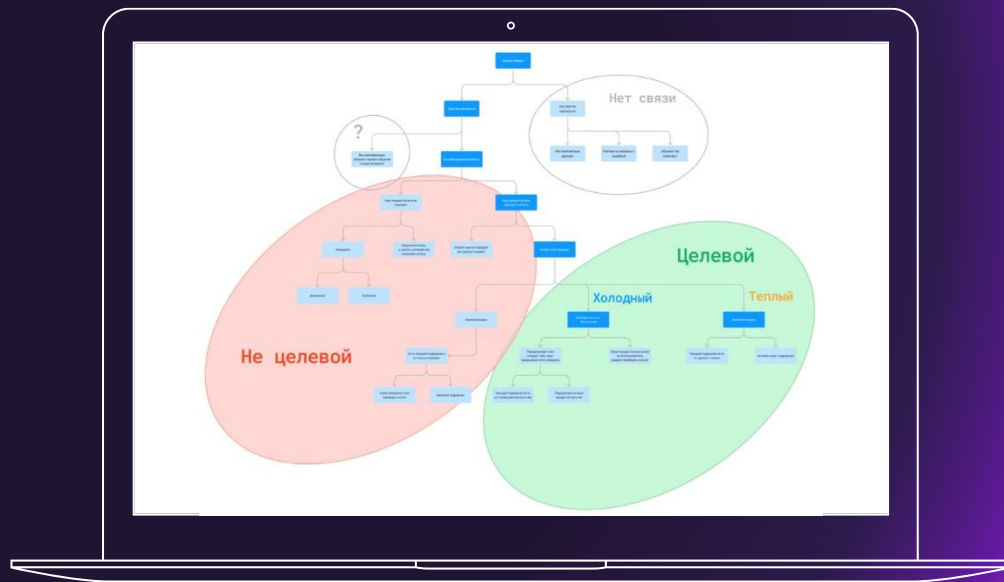
3 – Строим путь клиента и контентные воронки

Стадия	Что хотим от аудитории	Темы	Каналы	Формат
От латентной потребности к осознанию	• Повысить уровень знаний • Чтобы задумалась о проблеме • Запомнила бренд в связке с потребностью	• Как мед.центру снизить неявку пациентов • Почему пациенты не возвращаются	• СМИ • Конференции • YouTube • SEO	• Статья • Тест • Видеоролик • Доклад
От осознания к выбору	• Чтобы начала искать пути решения • Отстроиться от товаров заменителей	• 10 ошибок при внедрении CRM для клиники • Кейс: как повысили выручку клиники в 1,5 раза	• Рассылки • Таргет в соцсетях • SEO+PPC	• Кейс • Чек-лист • Вебинар
От выбора к покупке	Чтобы выбрали нас и купили (боремся с прямыми конкурентами)	• Отзывы • Акции	• Сайт • Лендинг	• Видеоотзыв • Демо

4 – Объединяемся с отделом продаж

Маркетинг и продажи делают вместе:

- Описания сегментов
- Таблицу скоринга
- Скрипты для звонков/писем

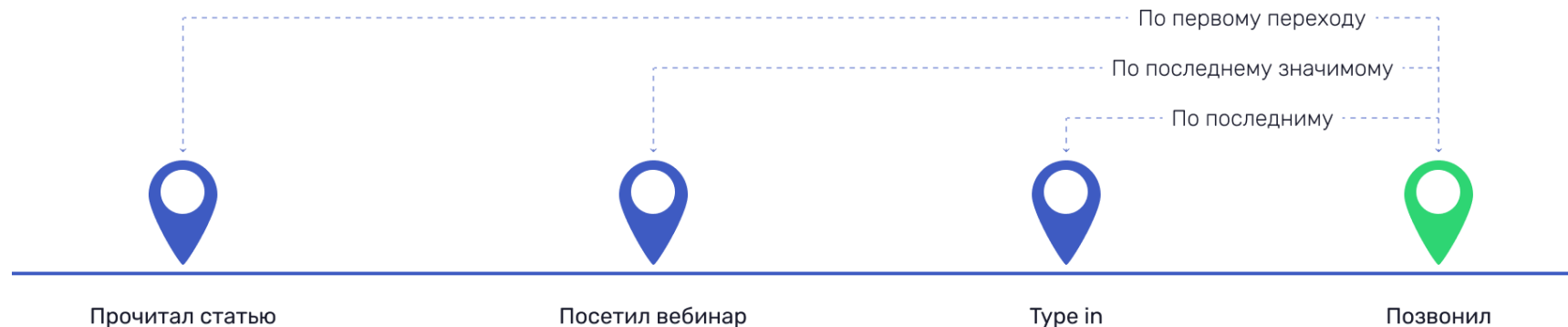


4 – Договариваемся о критериях кваллида



Критерии	А	В	С
Качество лида	квал	квал	не квал
<u>отрасль нам подходит (целевые рынки)</u>	☒	☒	☒
должность - ЛДПР (собственник, гендир, комдир)	☒	☐	☒
уже тратят/запланировали потратить на маркетинг 2300 тыс./год: 1. з/п КМ не ниже 120 2. дистрибуция 50/мес. 3. 650 нам	☒	☒	☐
осознание потребности в продукте: 1. осознает потребность в КМ 2. знает, что мы умеем в КМ	☒	☒	☐
Что делать	быстрая сделка	выходить на ЛДПРа/помогать убеждать	доращивать как подписчика, зрителя (пусть греется и копит))

5 – Отслеживаем конверсии (связка с CRM)



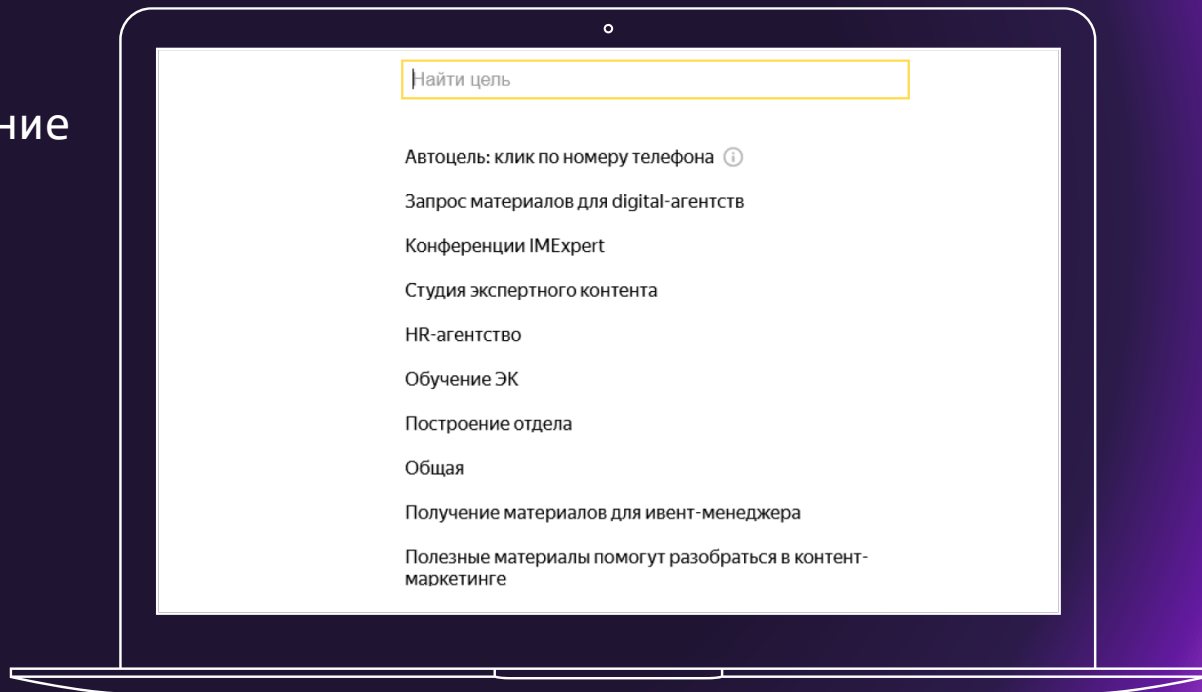
5 – Аналитика до лидов

Количество лидов с каждого мероприятия

Ивент	Дата	лендинг	Зрителей онлайн	Посетители лендинга (смотрим в Метрике или в файле Статистика)	CR из зрителя в посетителя лендинга	Информационные лиды	Ком. лиды	CR в инфолиды	CR в ком.лиды
Обзвон базы с Vitamin tools			-	-					
Продающая 3.0 Доклад Света	25/06	https://www.expert-content.ru/moroshka_salesconfa3	250	87	34,80	35		40,23	0,00
Интенсив для B2B Completo	18/07	https://www.expert-content.ru/welcome_completo	142	72	50,70	27		37,50	0,00
Baltic digital days	10/08	https://www.expert-content.ru/bdd-2024	50	12	24,00	2	2	16,67	16,67
Неделя контент-маркетинга	12/09	https://www.expert-content.ru/week-cm-3	511	60	11,74	33	0	55,00	0,00
Неделя контент-маркетинга	10/09	https://www.expert-content.ru/week-cm-1	547	94	17,18	84	0	89,36	0,00
Неделя контент-маркетинга	11/09	https://www.expert-content.ru/week-cm-shumakova-2	386	39	10,10	26	2	66,67	5,13
МВК Света	19/09	https://marketingincases.ru/expertcontent-2024	267	13	4,87	20	0	153,85	0,00
Витамин Тулз Ксюша	30/10	https://www.expert-content.ru/vitamin-tools-b2b-301024		19	#DIV/0!	15	0	78,95	0,00
Демис груп Ксюша	24/10	https://www.expert-content.ru/demisconf-2024	100	102	102,00	12	1	11,76	0,98
Vitamin tools Света	02/10	https://www.expert-content.ru/vitamin-021024		21	#DIV/0!	3	0	14,29	0,00
ПромоЭксперт Ксюша	06/11	https://www.expert-content.ru/promoexpert-061124	211	63	29,86	27	1	42,86	1,59
Инновационный маркетинг Completo	20/11	https://www.expert-content.ru/completo-201124	338		0,00	16	0	#DIV/0!	#DIV/0!
Неделя интернет-маркетинга 2024 Ксюша	26/11	https://imweek.ru/expertcontent-shumakova-2024	40	128	320,00	50	0	39,06	0,00
Неделя интернет-маркетинга 2024 Света	29/11	https://imweek.ru/expertcontent-2024	51	33	64,71	68	0	206,06	0,00

5 – Аналитика до лидов

Создаём цели в Метрике
и фиксируем их выполнение



5 – Аналитика до лидов

Понятно, откуда пришел лид

[illegible]

5 – Строим план по квалифицированным лидам и продажам

Воронка	Лиды	Сущность в Битрикс	Кваллиды	Сущность в Битрикс	Конверсия лид/кваллид	Договоры всего	Договоры привел маркетинг	Договоры (данные из Битрикс)	Конверсия кваллид/продажа
Конференции	218	Новые контакты, только з	162	Те, кто был на этапе "Созвониться"	74,31%	49	14	37	8,64%
Построение отдела	238	Новые контакты	71	Те, кому "Отправили бриф"	29,83%	16	13	23	18,31%
Студия ЭК	359	Новые контакты	99	Статус "В работе"	27,58%	4	4	78	4,04%
Обучение ЭК	354	Новые контакты		Те, кому "Отправили материалы"	0,00%	46	46	48	#DIV/0!
Рекламные возможности	62	Новые контакты	43	Те, кто был на этапе "Выслать ин"	69,35%	1	0	1	0,00%
HR	13	Новые контакты	11	Те, кому "Отправили бриф"	84,62%	2	2	3	18,18%

Консультация по контент-маркетингу в B2B

Что будет:

- Обсудим связку целей бизнеса и задач контент-маркетинга
- Покажу примеры форматов и каналов под разные задачи
- Прикинем, какие ресурсы нужны и какие KPI ставить специалистам



Коммуникации в B2B

- «Заточены» под клиента
- Продвигают клиента к сделке
- Объединяют маркетинг и продажи
- Могут измеряться в лидах

Могут или должны?) Обсудим?





**Спасибо
за внимание!**



Ксения Шумакова

Руководитель

«Студии экспертного контента»

e-mail: client@expert-content.ru