

Тараканова Ж. І., Рябик Г. Є.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

КРАУД-МАРКЕТИНГ ДЛЯ В2В НАПРЯМКІВ

Актуальність теми: В2В є одним з найбільш складних напрямків для реклами, особливо в мережі. Через це традиційні види маркетингу стають неефективними, і доводиться шукати альтернативу. Крауд-маркетинг – один з наймолодших видів інтернет-маркетингу, він існує лише на ринку СНД, на заході такий вид маркетингу поки що відсутній. Термін «крауд-маркетинг» вперше ввів та поширив в СНД відомий український маркетолог Юрій Тітков. Він ще не вивчений науковцями, саме тому я вирішила розглянути саме цю тему.

В2В («бізнес для бізнесу») напрямок – це компанії, які орієнтовані на продаж товарів або надання послуг іншому бізнесу.

На відміну від сегмента В2С («бізнес для споживача»), де на ухвалення рішення про покупку великий вплив мають емоції конкретної людини, тут вибір покупця ґрунтується на раціональних міркуваннях [1].

Найчастіше проект проходить через довгий ланцюжок осіб, кожен з яких є експертом у своїй галузі і вибирає компанію за своїми критеріями.

До сегмента В2В відносяться:

- продаж і оренда спецтехніки (екскаватори, дизельні генератори);
- клінінгові компанії, орієнтовані на обслуговування корпоративних клієнтів;
- бухгалтерські послуги;
- продаж обладнання для ресторанів;
- інтернет-магазини, які торгують оптом;
- інші компанії, орієнтовані на надання різних послуг саме бізнесу, а не кінцевим покупцям [1].

Крауд-маркетинг – це взаємодія з цільовою аудиторією на сторонніх ресурсах шляхом розміщення рекомендаційних коментарів на форумах, сайтах відгуків, в соціальних мережах та інших місцях спілкування людей.

У перекладі з англійської крауд-маркетинг означає буквально «маркетинг натовпу». Він допомагає сформувати позитивний образ компанії, а також популяризувати товар або послугу в різноманітних інтернет-спільнотах [3].

Розглянемо найбільш популярну стратегію крауд-маркетингу – класичну.

Цей метод вважається основою. Саме його мав на увазі Юрій Тітков, коли вперше ввів поняття «крауд-маркетинг».

Принцип роботи класичного крауд-маркетингу:

- пошук свіжих обговорень;
- реєстрація нового облікового запису або використання чинного;
- розвиток аккаунта;
- вивчення проблеми людини;
- написання коментаря з посиланням [2].

В процесі роботи можна зіткнутися з такими труднощами, як нестача трафікових майданчиків і відсутність свіжих тем для обговорень.

Але якщо все зробити правильно, то в результаті можна отримати:

- збільшення кількості згадок;
- позитивну динаміку посилального профілю;
- пізнаваність компанії.

Наглядно позитивну динаміку збільшення кількості згадок, збільшення портфелю посилань наведено на рис. 1.

Головні труднощі крауд-маркетингу для B2B:

- вузька цільова аудиторія;
- складність занурення у нюанси тематики для виконавців;
- мала кількість майданчиків для спілкування.

Реалізувати крауд-маркетингову стратегію для B2B компанії досить складно, але все ж можливо, якщо врахувати специфіку сегмента. Необхідна висока експертиза, тому, на відміну від B2C, втілити її в життя вийде лише двома способами:

– самотійно: вам доведеться особисто поринути в просування, щоб зуміти розібратися з технологією крауд-маркетингу, і знайти спільноти з вашою аудиторією. Це вимагає істотних тимчасових і грошових витрат;

– робота з підрядником: істотно заощаджує час і сили, але не виключає вашої участі в перший час вибудовування процесу [2].



Рис. 1. Позитивна динаміка посилань [2]

Таким чином, крауд-маркетинг – це новий вид маркетингу, який стає все більш популярним. Він може бути корисним як для невеликих підприємств, так і для корпорацій. Беручи до уваги всі особливості, крауд-маркетинг для B2B напрямків ефективний, але вимагає більше зусиль і комплексного підходу.

Список використаних джерел:

1. Market Segmentation in B2B Markets [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.b2binternational.com/publications/b2b-segmentation-research>
2. Рост трафика нишевого интернет-магазина в 6 раз. Кейс крауд-маркетинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://devaka.ru/articles/crowd-case>
3. Lake L. What is crowdsourcing marketing and how is it used [Електронний ресурс] / L. Lake. – Режим доступу : <https://www.thebalance.com/what-is-crowdsourcing-marketing-and-how-is-it-used-2295467>
4. Тімар І.В. Використання крауд-технологій у маркетинговій діяльності суб'єктів малого бізнесу в Україні/І.В. Тімар// Proceedings of XV International scientific conference «Millennium science». – Morrisville, Lulu Press. – 2018. – С. 79–81.