



Маркетинг в B2B-e-commerce

Анастасия Медведева
бренд-директор ВсеИнструменты.ру



Глобальные тенденции



Объём мирового рынка
B2B e-commerce вырастет

до \$36 трлн к 2026



Объём мирового рынка
B2B e-commerce вырастет

до \$36 трлн к 2026

B2C достигнет лишь
\$5,5 трлн к 2027

Темпы роста:
по данным Nasdaq

B2B-ecommerce растёт
на ~18 % в год

B2C — на ~16 %

Глобальные тренды



Прогноз:
**в ближайшие
годы B2B
будет расти
вдвое быстрее
B2C**

Глобальные тренды



Ключевые примеры

показали потенциал онлайн-продаж между компаниям:



Alibaba.com (Китай)

крупнейшая
B2B-платформа в мире



Amazon Business (США)

>6 млн корпоративных
клиентов, включая 80 %
Fortune 500

Глобальные тренды

Тенденции и прогнозы в России



В России **B2B-сегмент**
намного крупнее B2C
и растёт быстрее B2C

Уже в этом году каждый третий
контракт **заключается онлайн**
или через МП

**Поведение
B2B-покупателя меняется:**



Поведение B2B-покупателя меняется:

75 % решений о покупке
в B2B зависят от качества
клиентского опыта

85 % готовы платить больше за
удобный B2B-портал и сервис



Поведение B2B-покупателя меняется:

75 % решений о покупке
в B2B зависят от качества
клиентского опыта

85 % готовы платить больше за
удобный B2B-портал и сервис

Покупатели ждут B2C-уровня
удобства и персонализации в B2B



Тенденции и прогнозы в России

Спрос на встроенные инструменты
финансирования – **факторинг,
кредитование, страхование
на платформах.**

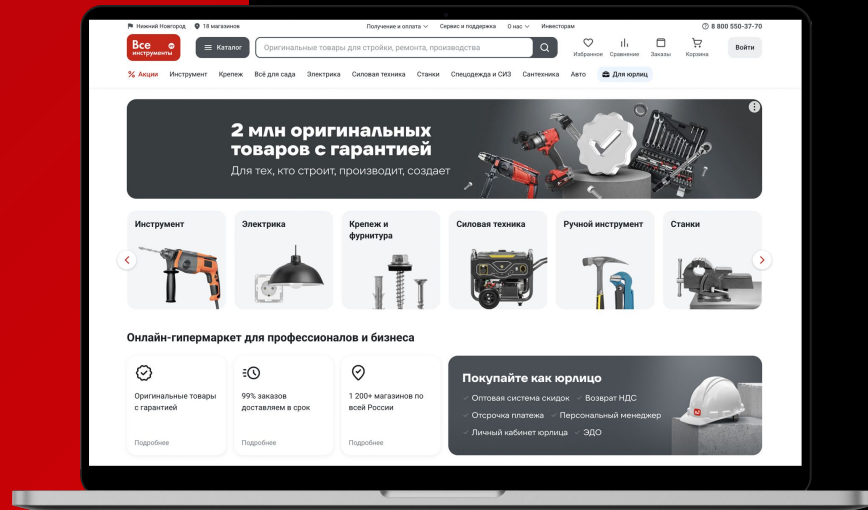


Компании учатся внедрять гибкие
платежи: **отсрочки, кредитные
лимиты, автоматизацию ЭДО**



Основные драйверы:

- общая цифровизация после пандемии
- усиление государственного регулирования
- импортозамещение ПО
- небольшим поставщикам сложно войти в онлайн из-за инвестиций в IT и логистику



Маркетинг в B2B e-commerce ≠ «генерация лидов»



Маркетинг в B2B e-commerce ≠ «генерация лидов»

это система управления
клиентским опытом
и отношениями
с множеством лиц,
принимающих решения



CX-first

сервис на уровне B2C:

удобный сайт умный поиск

персональные каталоги

гибкие цены под сегмент

мгновенные ответы и тд

75% B2B-покупателей считают
удобство важнее цены.

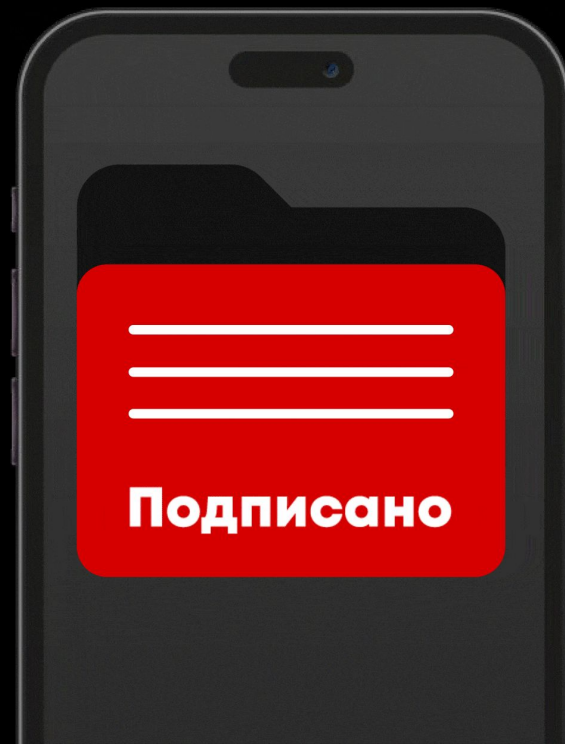
Инвестируйте в UX



Все 
инструменты

Омниканальность и правило третей

Бесшовный
опыт везде



Персонализация data-driven коммуникации и предложения



Контент и экспертиза

кейсы, калькуляторы,
вебинары, блоги

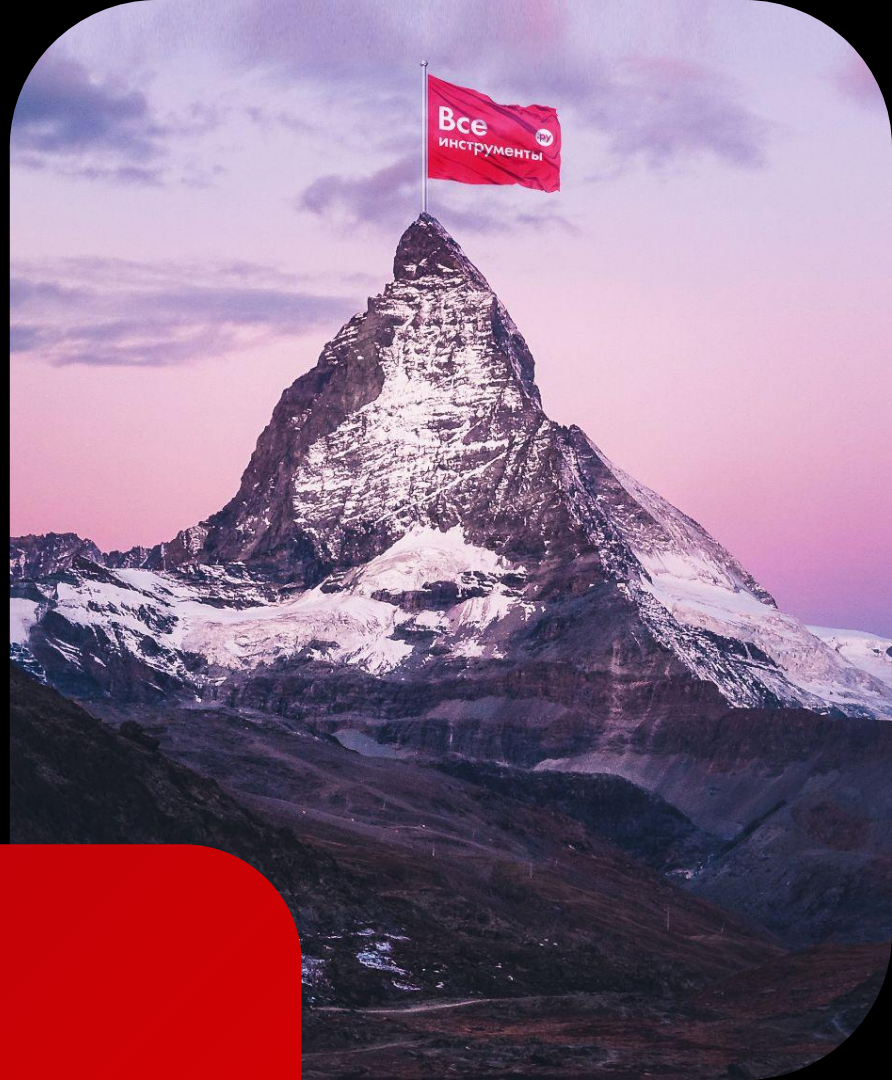

Северсталь

Пример: Северсталь —
обучающие онлайн-курсы
для партнёров



Кастомные
предложения
для ключевых
клиентов

ABM-маркетинг

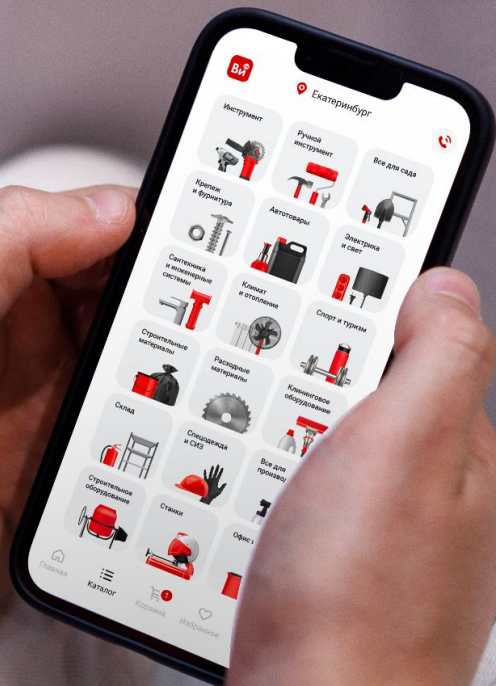


Автоматизация / AI



прогнозирование спроса, рекомендации, чат-боты, динамическое ценообразование





Лояльность

Программы лояльности: скидки, бонусы, отсрочки платежей, эксклюзивные сервисы для постоянных) и ML-рекомендаций в B2B – новый тренд

Пример: Alibaba внедрила факторинг и страхование - рост повторных заказов



Доверие и репутация

В B2B решения
принимают 3–5 человек
- важны кейсы, отзывы,
публичность +
российский контекст и
роль личных связей

Модель маркетинга в B2B e-commerce



1 CX-first

2 Омниканальность

3 Персонализация

4 Контент и экспертность

5 ABM-маркетинг

6 Автоматизация / AI

7 Лояльность

8 Доверие и репутация

В2В e-commerce формирует НОВЫЕ правила игры



B2B e-commerce формирует НОВЫЕ правила игры

В условиях быстро меняющегося рынка лидерами станут те, кто предугадает и реализует потребности B2B-клиентов в цифровой среде



ГОТОВЫ ЛИ ВЫ ВЫВЕСТИ СВОЮ B2B-КОМПАНИЮ НА УРОВЕНЬ «B2C- УДОБСТВА»

И ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ?







**Спасибо
за внимание**

Поделись обратной связью!



Анастасия Медведева

Бренд-директор ВсеИнструменты.ру



medvedeva_reklama

