

Применение AdTech и автоматизации данных в B2B-компаниях

для целей продаж и повышения эффективности рекламы

МАКСИМ САКИБ



Директор канала “Электронная коммерция”
Systeme Electric (Schneider Electric до 2023)

БИЗНЕС-КЕЙС

КОМПАНИЯ-ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, ДИСТРИБУЦИЯ
ЧЕРЕЗ В2В, нет механизмов прямой работы с
клиентами В2С

Systeme
electric

Энергия. Технологии. Надежность.



ДИСТРИБУЦИЯ

Systeme
electric

Энергия. Технологии. Надежность.

1

50+ ПРЯМЫХ ПАРТНЕРОВ, 300+ НЕ ПРЯМЫХ ПАРТНЕРОВ, у которых есть своя офлайн- и онлайн- розница



2

КРУПНЫЕ DIY-ПЛОЩАДКИ, у которых также есть своя офлайн- и онлайн- розница



3

МАРКЕТПЛЕЙСЫ, через селлеров, компания не работает напрямую на площадках



ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ



В2В-ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, НО СПРОС
ФОРМИРУЕТСЯ В В2С-ОНЛАЙНЕ



A

dTech для нас – не про “продать на нашем сайте”, а про
УПРАВЛЕНИЕ СПРОСОМ И ЦИФРОВОЙ ПОЛКОЙ БРЕНДА У ПАРТНЕРОВ

Systeme
electric
Энергия. Технологии. Надежность.

ГЛАВНАЯ БИЗНЕС-ЦЕЛЬ

Systeme
electric

Энергия. Технологии. Надежность.



УДЕРЖАНИЕ/РОСТ СПРОСА >>>

- на бренды и категории компании
- там, где конечный покупатель



SELL-OUT У ПАРТНЕРОВ >>>

- дистрибьюторы, дилеры
- DIY
- маркетплейсы



SELL-IN У КОМПАНИИ

- благодаря закупкам партнеров

AdTech В ДАННОМ КЕЙСЕ

- **ПРИВОДИТ ТРАФИК** в правильные карточки / категории у партнеров
- **ПОВЫШАЕТ КОНВЕРСИЮ** за счет правильной представленности
- **ЗАЩИЩАЕТ БРЕНД** в поиске
- **СТАБИЛИЗИРУЕТ ЗАКУПКИ** партнеров

КАНАЛЫ/ИНСТРУМЕНТЫ

Systeme
electric

Энергия. Технологии. Надежность.



RETAIL MEDIA ВНУТРИ ПЛОЩАДОК

- в поиске и категориях МП
- на сайтах/приложениях DIY
- на площадках дистрибьюторов



ВНЕШНИЙ ТРАФИК

- приводить на карточки/витрины партнеров
- контекст, ретаргетинг, медийка



АНАЛИТИКА

- склейка данных

КЛЮЧВЫЕ ДАННЫЕ



НЕ CRM, КАК В КЛАССИЧЕСКОМ D2C,
А КАТАЛОГ И КОНТЕНТ



Именно поэтому ключевой становится связка
AdTech + АВТОМАТИЗАЦИЯ КАТАЛОГА

т.к. в retail media и marketplace-рекламе качество карточки
– часть рекламной эффективности

Systeme
electric

Энергия. Технологии. Надежность.

AdTech: НАИБОЛЕЕ ВАЖНЫЕ МЕХАНИКИ

Systeme
electric

Энергия. Технологии. Надежность.

ЗАЩИТА БРЕНДА В ПОИСКЕ, чтобы по нему не стояли конкуренты

ДИНАМИЧЕСКИЕ КРЕАТИВЫ ИЗ ФИДОВ, особенно важно, если тысячи

ОХВАТ КАТЕГОРИЙНЫХ ЗАПРОСОВ, важны индексация карточек, ставки, конверсия котента

ОПТИМИЗАЦИЯ ПО КАЧЕСТВЕННЫМ СОБЫТИЯМ, не клики, а целевые действия – просмотр карточки, добавление в корзину и т.п.

РЕТАРГЕТИНГ НА КАРТОЧКУ/КАТЕГОРИЮ, особенно важно для “непрофи” аудитории, которая сравнивает и сомневается

AdTech: ИДЕАЛЬНАЯ АРХИТЕКТУРА КЕЙСА

РІМ/КАТАЛОГ



- стандартизированные атрибуты
- гигиена данных

АВТОМАТИЗАЦИЯ



- выгрузка партнерам в витрины/фиды
- карточки становятся поисково-совместимыми и конверсионными

RETAIL MEDIA



- поиск, категории, ретаргетинг и пр.

АНАЛИЗ

- конверсии
- связь sell-out партнера и лагом с sell-in (закупками)

3 ВЫВОДА

1

В B2B “МАРКЕТИНГ” = УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ПОЛКОЙ.
каталог становится фундаментом

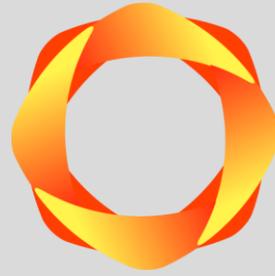
2

**AdTech РАБОТАЕТ ТОЛЬКО ТОГДА, КОГДА КОНТЕНТ/АТТРИБУТЫ
ПОЗВОЛЯЮТ ВЫИГРЫВАТЬ ПОИСК И КОНВЕРСИЮ.**
про важность качества каталога

3

**ЕСЛИ НЕ УПРАВЛЯТЬ ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬЮ НА ПЛОЩАДКАХ
СПРОС “УТЕКАЕТ”.**
Как следствие – падают закупки в B2B-канале

® U S B R E N D
АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК



ЦИФРОВОЙ
**BRAND
DAY**

Adindex



H:P:A

СПАСИБО!