

Коммуникации с людьми, а не с юрлицами

Анастасия Мейен

Заместитель директора
по маркетингу по работе
с брендами и охватной рекламой

Контур



Контур — экосистема для бизнеса

Контур

37 лет

помогаем бизнесу
развиваться

>70

продуктов
для B2B

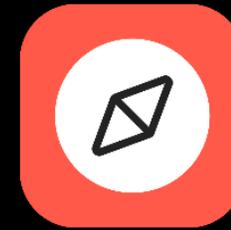
3,1 млн

клиентов: от ИП
до крупного бизнеса

48,3 млрд

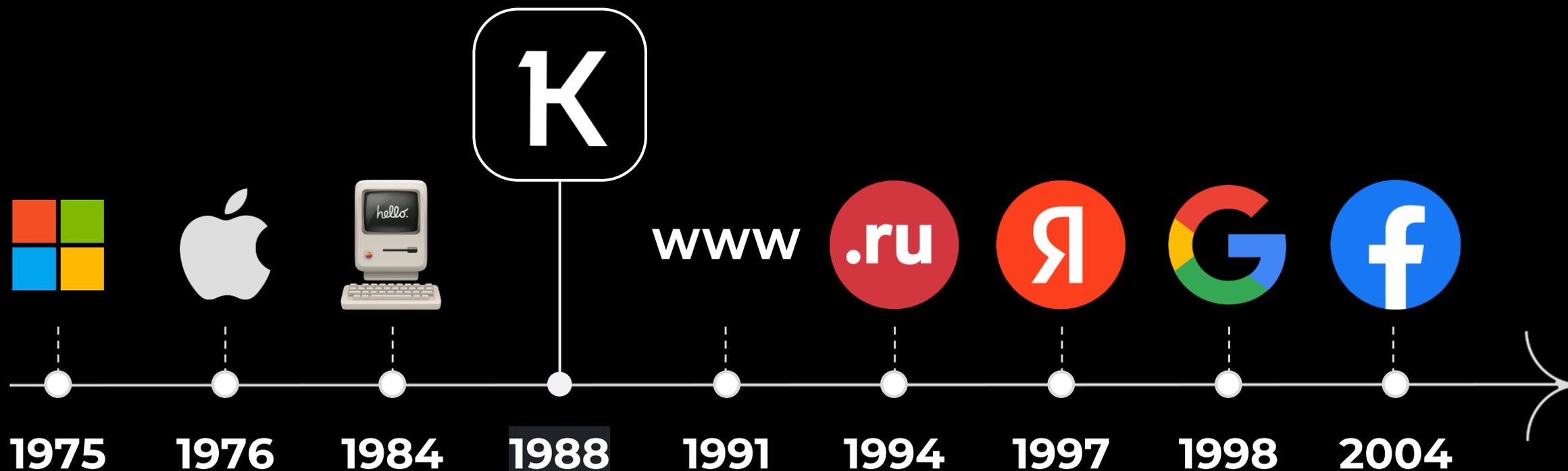
выручка в 2025,
+ 19,6% к 2024 году

Контур



Сервисы Контура

от ЭДО и ВКС
до искусственного интеллекта
и финтеха



Контур — ровесник
IT-индустрии в России

Бренд «Контур» принадлежит группе компаний СКБ Контур, основанной в 1988 году

Классический B2B-маркетинг

- Узнаём, какие компании могут купить наш продукт (ИНН).
- Если ИНН крупные, находим в организации ЛПРа и работаем с ним. Если ИНН поменьше, включаем их в базу звонков и рассылок.
- ЛПРа из крупной компании зовём на мероприятия, проводим личные демо продукта, звоним спросить, как дела, договариваемся о сделке.
- ЛПР/ЛВРов из компаний поменьше зовём на вебинары, выставки, звоним им, присылаем спецофферы.
- Постоянно рекламируем на базу ИНН функции и цены в performance.

Когда это работает?

Контур

Когда категорийные конкуренты имеют кардинальные отличия в продуктовом предложении, ценообразовании

Когда рынок и спрос постоянно устойчиво растут

Если мы единственный поставщик решения

Решение о покупке принимает конкретное лицо и можно поступательно таргетировать на него рациональные бенефиты покупки

«Классика» больше не работает

Рост числа стейкхолдеров

Решение принимают
6-7 человек

«Скрытые ЛВРы» – не контактируют с продажами напрямую, но принимают решение на основе знания не только продукта, но и бренда

Длительность контакта и высокая сложность

Технологический прогресс усложняет выбор

75% компаний тратят на привлечение нового клиента **не менее 4 месяцев**

Увеличение точек контакта

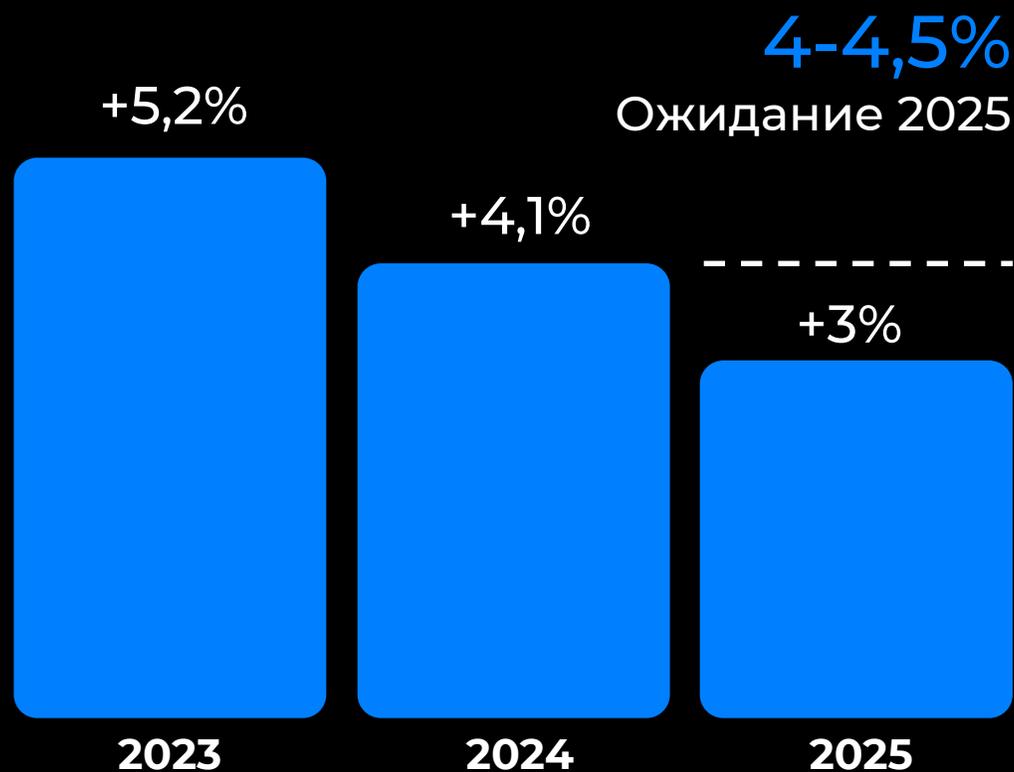
Клиент в среднем проходит **>13 контактов**, и тратит **>20 часов** на исследования.

сверяя информацию в соцсетях, отзовиках и профессиональных сообществах

Рынок ЮЛ России

Контур

Низкие темпы роста рынка



Смещение в сторону ИП

+7%
прирост ИП

-2,2%
прирост ЮЛ

Сегмент	2024	2025
ИП, шт.	+296,5 тыс.	+324,6 тыс.
ЮЛ, шт.	+11,5 тыс.	-70,9 тыс.
ИП, %	58,4%	60,6%
ЮЛ, %	41,6%	39,4%

«Только классика» тормозит рост бизнеса

Большинство B2B-компаний по-прежнему живут в логике «лиды сегодня важнее бренда завтра». Но в условиях усложнения выбора и роста конкуренции эта модель начинает давать сбой.

Принцип 60 / 40

По данным LinkedIn B2B Institute, оптимальный баланс инвестиций для роста — 60% бренд / 40% активация. Но бюджеты часто уходят в сторону performance

Источники: McKinsey, Forbes, Sostav, LinkedIn B2B Institute

Не только рации

Коммуникация часто звучит как набор технических терминов, адресованных «рациональному ЛПР», хотя решения принимают в среднем 6–10 людей, обращающих внимание на разные аспекты

Около 20%

Компаний инвестируют в бренд-строительство как стратегический приоритет. Остальные теряют до 30% потенциального роста, потому что не формируют будущий спрос, выстраивая сильный бренд

В результате

- растёт стоимость лида
- аудитория не расширяется
- бренды становятся взаимозаменяемыми из-за однотипных сообщений

И главное — коммуникация говорит
с абстрактными бизнесами и «ЛПР,
отвечающими за функцию»,
а не с людьми

Контур



Когда технические характеристики сравнивались, а дальнейшая конкуренция может привести разве что к никому ненужному дэмпингу, решающим фактором выбора становятся не отдельно взятые цифры, а «выбор своих»

«Своими» компании становятся через доверие к их продуктам и услугам, живые и понятные истории и кейсы, ну и наконец, через схожие ценности компании и клиентов — то есть через бренд

Новый вектор: бренд как драйвер роста

80% B2B-сделок в РФ проходят онлайн и выбор бренда формируется ещё до контакта. Нужно последовательно выстраивать этот бренд через охватные коммуникации. Одного digital недостаточно — 360°-кампании дают больший вклад в продажи: усиливают запоминаемость, повышают доверие.

Российский рынок постепенно переходит к этой модели: вклад awareness всё чаще измеряют через marketing mix model, brand lift и post-view аналитику, превращая бренд в измеряемый драйвер роста.



V2B перенимает логику B2C — говорить с людьми, а не с «бизнесом»

360° подход создает новый спрос и расширяют рынок



Компании, усиливающие верх воронки, получают:

- Более высокую конверсию на нижних этапах
- Снижение САС
- Ускорение цикла сделки
- Рост доли рынка через понимание бренда



Контур строит НОВЫЙ бренд-маркетинг

Продвигаем сильный бренд общей экосистемы цифровых продуктов для бизнеса Контур.

Строим охватные коммуникации в стратегии 360.

Развиваем продуктовые суббренды, каждый из которых олицетворяет нашу экспертизу в определенной области технологических решений.

Считаем эффективность:

- внедрили оценку ROMI по всем каналам (даже по classic TV!) через MMM и post-view tracking,
- регулярно проводим brand health tracking,
- оцениваем влияние бренд-коммуникаций на бизнес через обширную сквозную аналитику.

Кардинальные перемены: Контур.Диадок

Бренд-маркетинг Диадока мы начали развивать в тот момент, когда стало ясно, что прирастать продукт сможет преимущественно за счет малого и среднего бизнеса, при этом для этой аудитории не слишком понятна ценность ЭДО, а потому для них рациональные аргументы (цена, доп. функции) не ценны.

Сервис электронного
документооборота.
Крупнейший и самый
массовый сервис Контура



Коммуникация Диадока «ДО»

Контур Диадок

Обменивайтесь документами прямо из 1С



РЕКЛАМА, 16+, АО «ПФ «СКБ КОНТУР», ОГРН 1026605606620.620144, ЕКАТЕРИНБУРГ, УЛ. НАРОДНОЙ ВОЛИ, СТР. 19А. ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ НА DIADOC.RU

Контур Диадок

Попробуйте модуль для 1С



РЕКЛАМА, 16+, АО «ПФ «СКБ КОНТУР», ОГРН 1026605606620.620144, ЕКАТЕРИНБУРГ, УЛ. НАРОДНОЙ ВОЛИ, СТР. 19А. ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ НА DIADOC.RU

Контур Диадок

Обменивайтесь электронными документами
Месяц — бесплатно

25
исходящих

∞
входящих

Попробовать бесплатно →

РЕКЛАМА, 16+, АО «ПФ «СКБ КОНТУР», ОГРН 1026605606620.620144, ЕКАТЕРИНБУРГ, УЛ. НАРОДНОЙ ВОЛИ, СТР. 19А. ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ НА DIADOC.RU



Новый входящий документ
упд

Сейчас



Счет-фактура



Акт выполненных работ

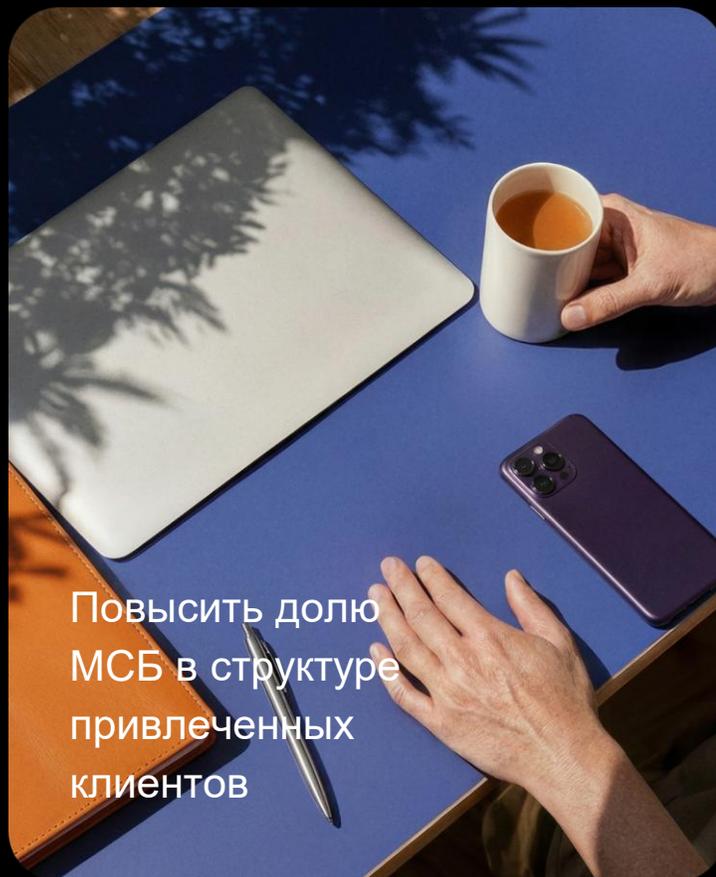
Контур Диадок

Узнавайте о новых документах за секунду

Попробовать бесплатно →

С какими целями мы шли в обновление коммуникаций

Популяризировать
технология ЭДО



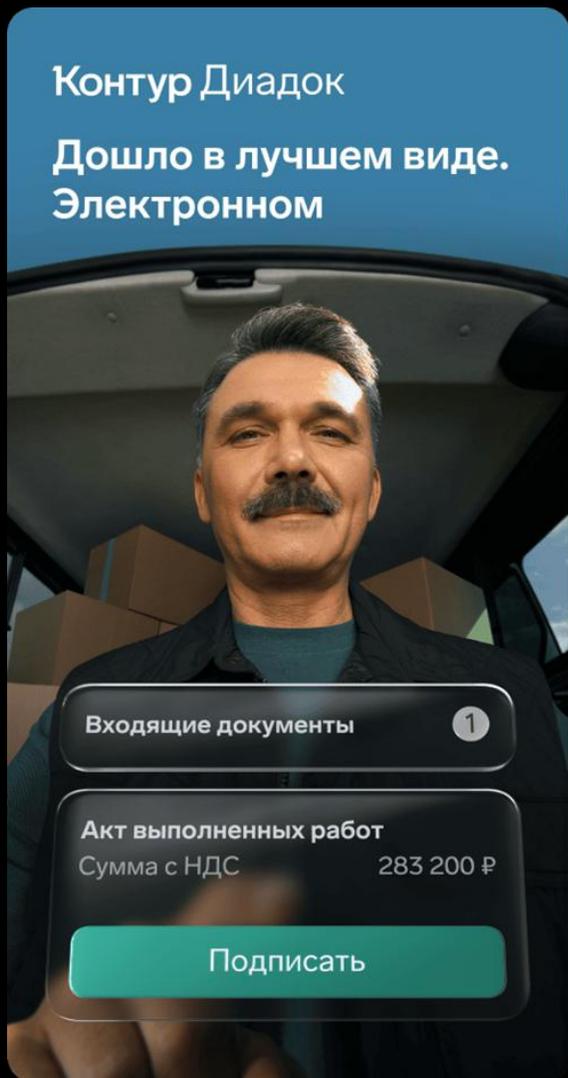
Повысить долю
МСБ в структуре
привлеченных
клиентов

Укрепить знание
Диадок и его атрибутов:
надежность, скорость
и удобство сервиса

Контур Диадок

Баннеры

Контур Диадок
Дошло в лучшем виде.
Электронном

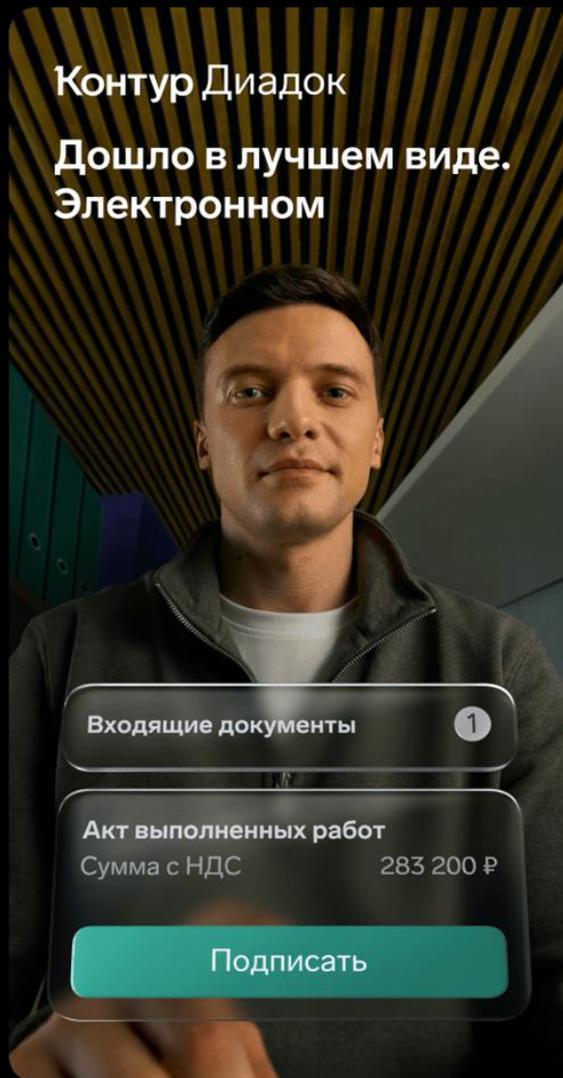


Входящие документы 1

Акт выполненных работ
Сумма с НДС 283 200 ₽

Подписать

Контур Диадок
Дошло в лучшем виде.
Электронном



Входящие документы 1

Акт выполненных работ
Сумма с НДС 283 200 ₽

Подписать

Контур Диадок
Дошло в лучшем виде.
Электронном



Входящие документы 1

Акт выполненных работ
Сумма с НДС 283 200 ₽

Подписать

Стратегия коммуникаций-360

Медийная рекламная кампания

Инфлюенс-маркетинг

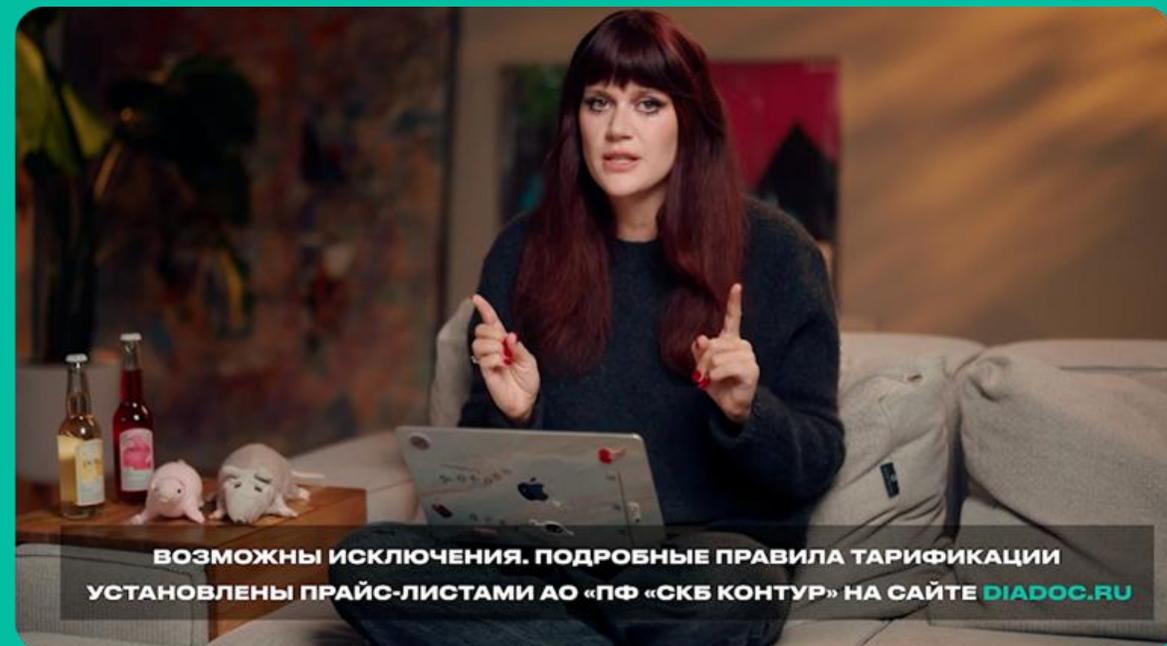
Спецпроект с креативной
наружной рекламой

Размещения в информационных ресурсах
авиакомпаний

Невозможно охватить всех ЛВРов и ЛПРов одним инструментом – будь то только контекстная реклама, только офлайн-мероприятия или только рассылки. Лучшая стратегия — не оставить им шанса не запомнить бренд, максимизируя количество контактов в самых неожиданных местах.

Инфлюенс

Контур Диадок

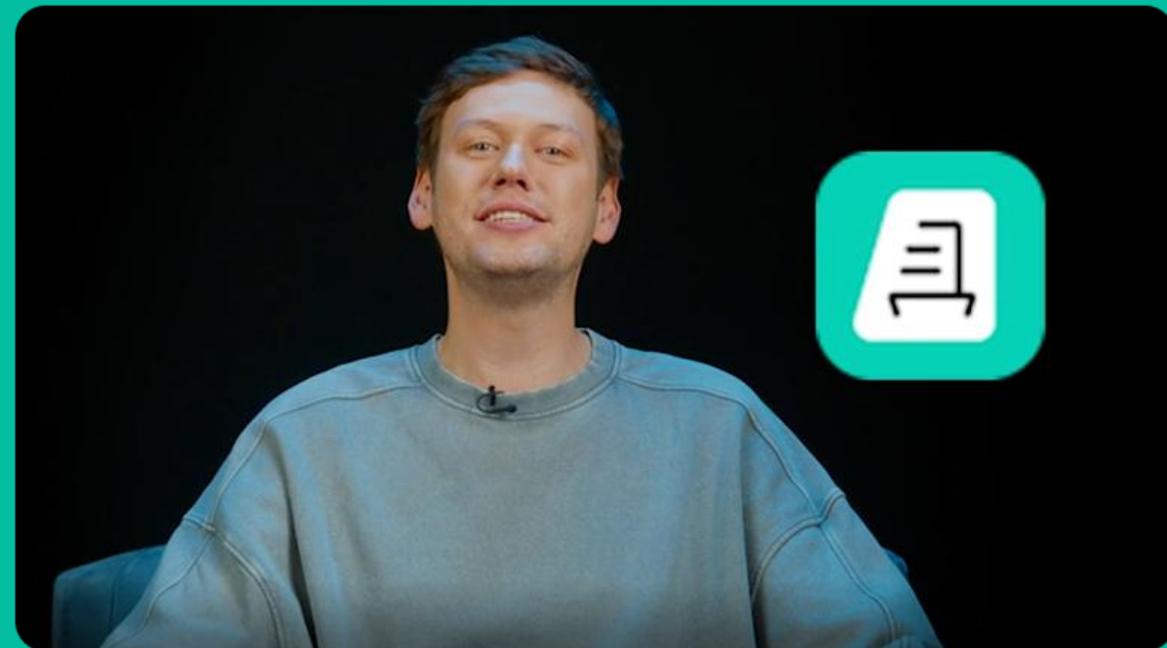


ВОЗМОЖНЫ ИСКЛЮЧЕНИЯ. ПОДРОБНЫЕ ПРАВИЛА ТАРИФИКАЦИИ
УСТАНОВЛЕНЫ ПРАЙС-ЛИСТАМИ АО «ПФ «СКБ КОНТУР» НА САЙТЕ [DIADOC.RU](https://diadoc.ru)

 Контур Диадок

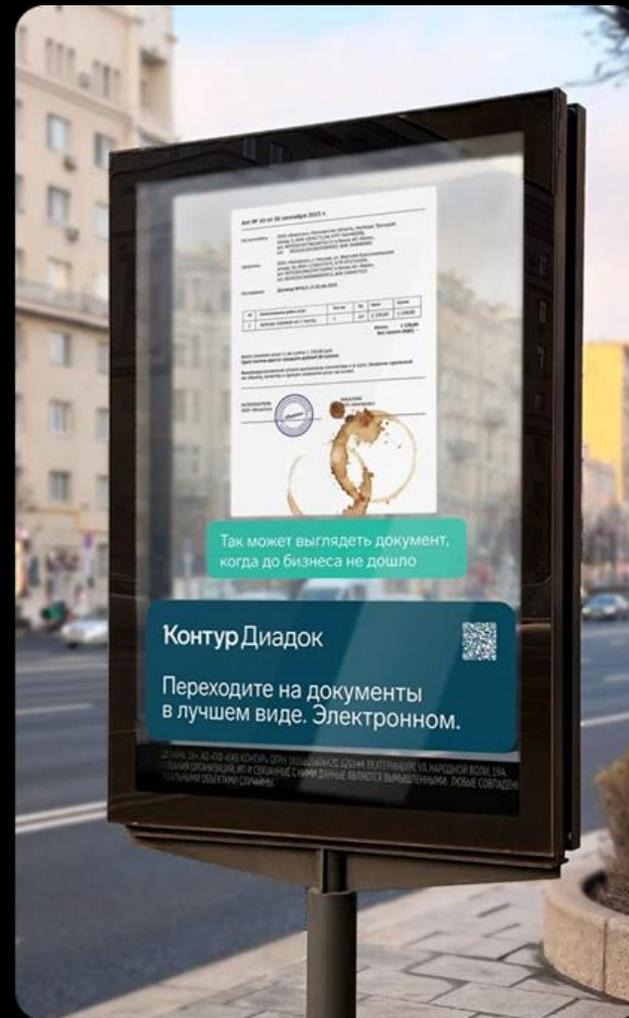
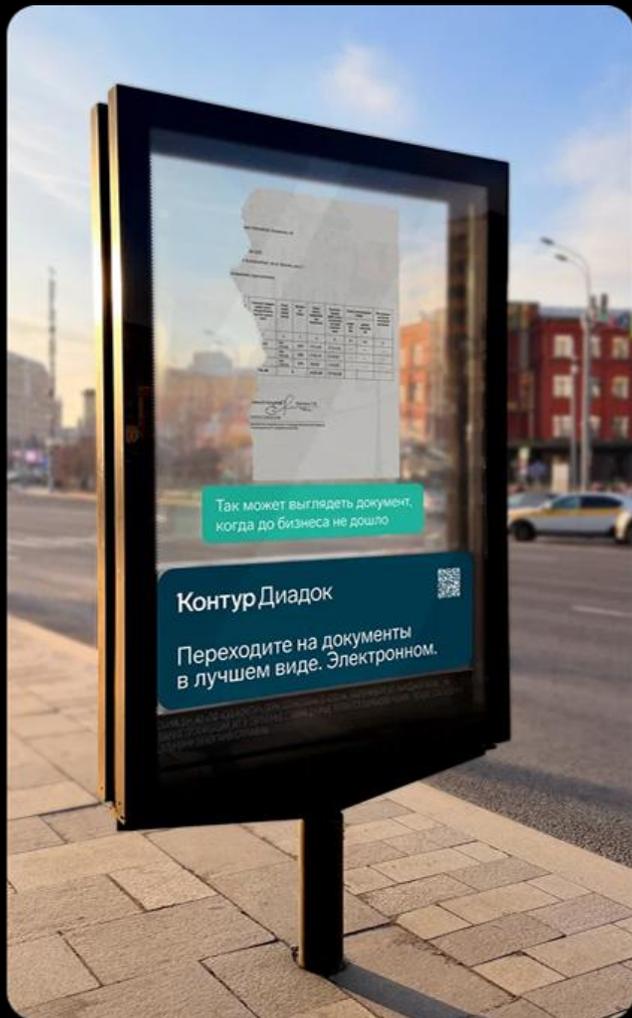


Реклама АО «ПФ «СКБ Контур», ОГРН 1026605616620 620144, Екатеринбург, ул. Народной Воли, 19А Erid



Спецпроект

Контур



Контур Диадок

Документы долетают в лучшем виде.
Электронном

Входящие документы

Акт выполненных работ
Сумма с НДС 283 200 Р

Подписать

Авиакомпания

Рост брендовых ПОИСКОВЫХ запросов

4 млн

+11% YoY при общем снижении
запросов в категории ЭДО на -17%

Контур

Search-lift

+26%

по категории ЭДО
+433,9 тыс. дополнительных запросов
2,1 млн целевых post-view запросов

+25%

по брендовым запросам
+230,8 тыс. дополнительных запросов
1,1 млн целевых post-view запросов

1/4

брендовых запросов
приходится на Post-view

Узнаваемость бренда

Бренд	ТОМ	Спонтанное знание	Наведенное знание
Диадок + Контур	19,7%	38,1%	39,6%
1С-ЭДО + 1С	13,2%	25,8%	12,3%
Saby Docs + СБИС	12%	21,6%	53%

Продуктовые метрики

+4,12%

рост MAB YoY
>1 млн активных организаций
сервиса в декабре 2025 года

+16,25%

рост MAU YoY
>1,2 млн активных пользователей
сервиса в декабре 2025 года

Рост PV- и СА-метрик*

+219%

PV-заявки

+16%

СА-лидов

+112%

СА-выручка

*при сравнении замеров за сентябрь'24 – январь'25
и сентябрь'25 – январь'26

Итоги рекламной кампании

Рост интереса на падающем рынке к бренду Диадок и категории ЭДО

Стимулирование роста активных организаций и пользователей в сервисе

Улучшение экономики маркетинговых каналов



Системная работа
над продвижением бренда
в B2B влияет на бизнес-результат,
а охватные инструменты вносят
важный вклад в эффективность всей
маркетинговой стратегии



Говорите с представителями
бизнеса **на понятном им языке**
и в привычных точках контакта —
как с людьми, а не как
с бизнес-функциями



Спасибо

Есть вопросы? Давайте обсудим

Анастасия Мейен

Заместитель директора
по маркетингу по работе
с брендами и охватной рекламой

Контур

