

# 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

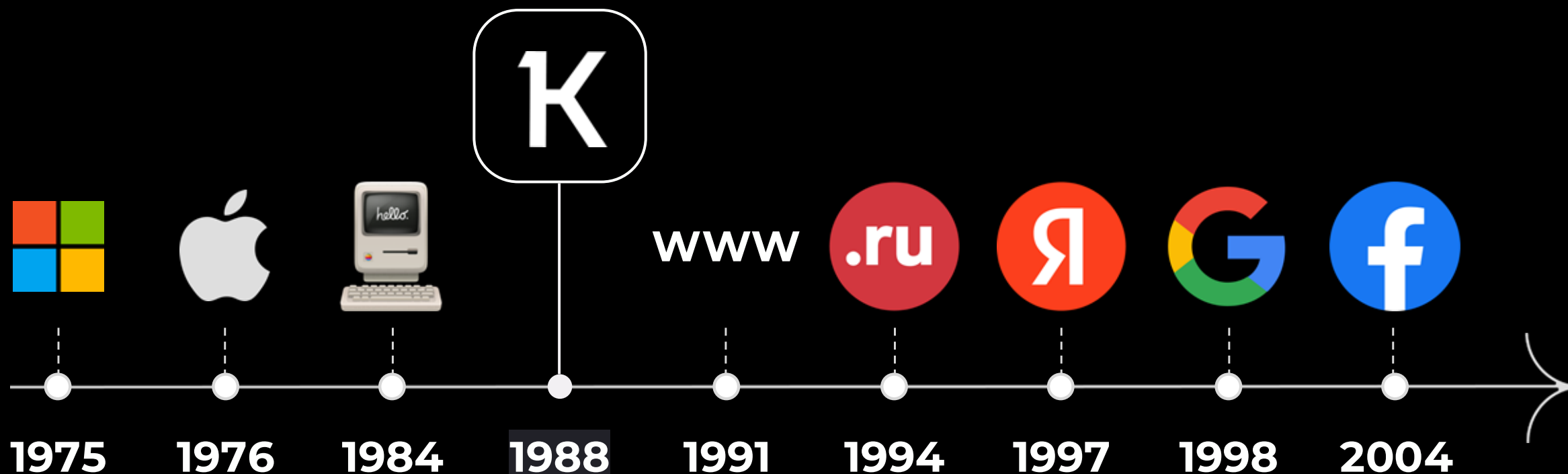
Контур



# 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

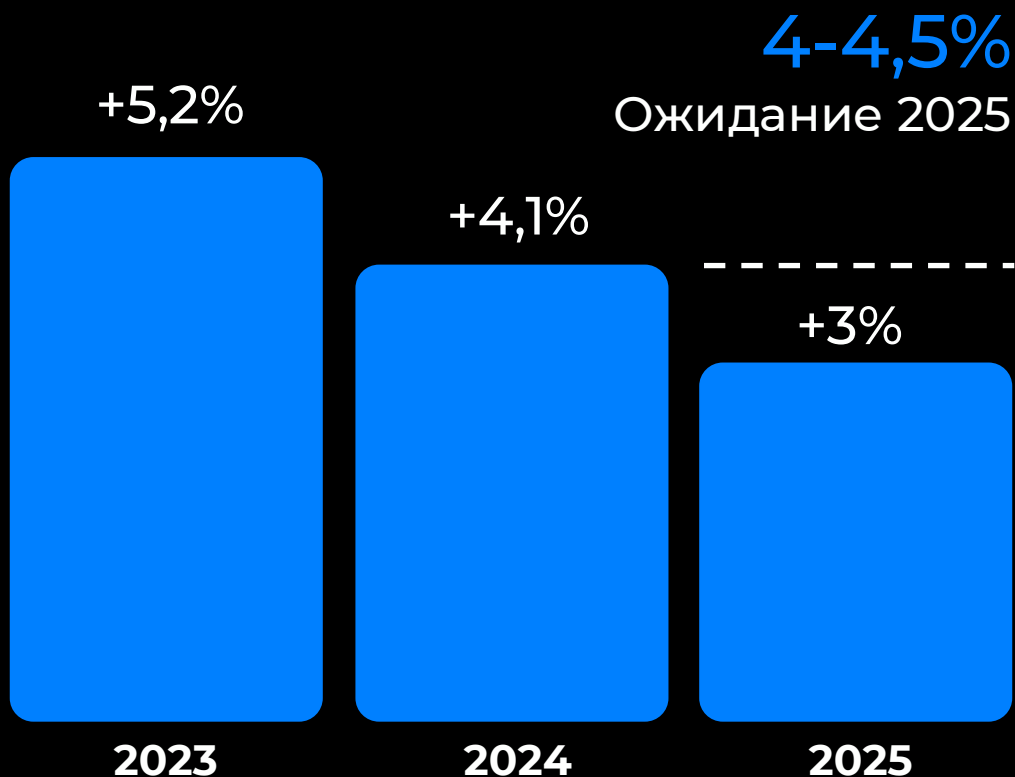
Клиент в среднем проходит **>13 контактов**, и тратит **>20 часов** на исследования.

сверяя информацию в соцсетях, отзывах 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 рацию

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

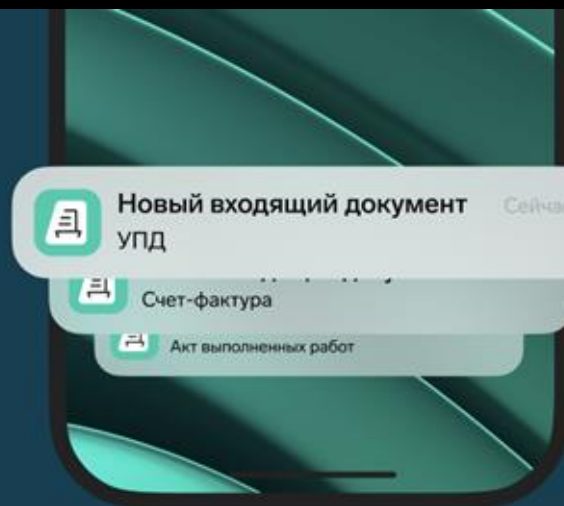
Контур Диадок

Обменивайтесь электронными документами  
Месяц — бесплатно



Попробовать бесплатно →

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



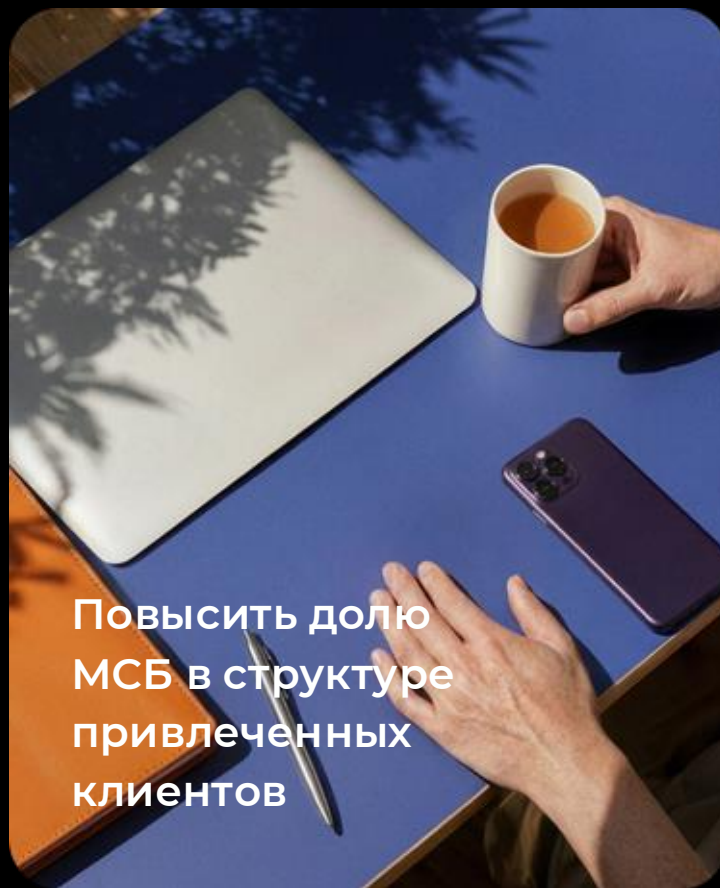
Контур Диадок

Узнавайте о новых документах за секунду

Попробовать бесплатно →

# С какими целями мы шли в обновление коммуникаций

Популяризировать  
технология ЭДО

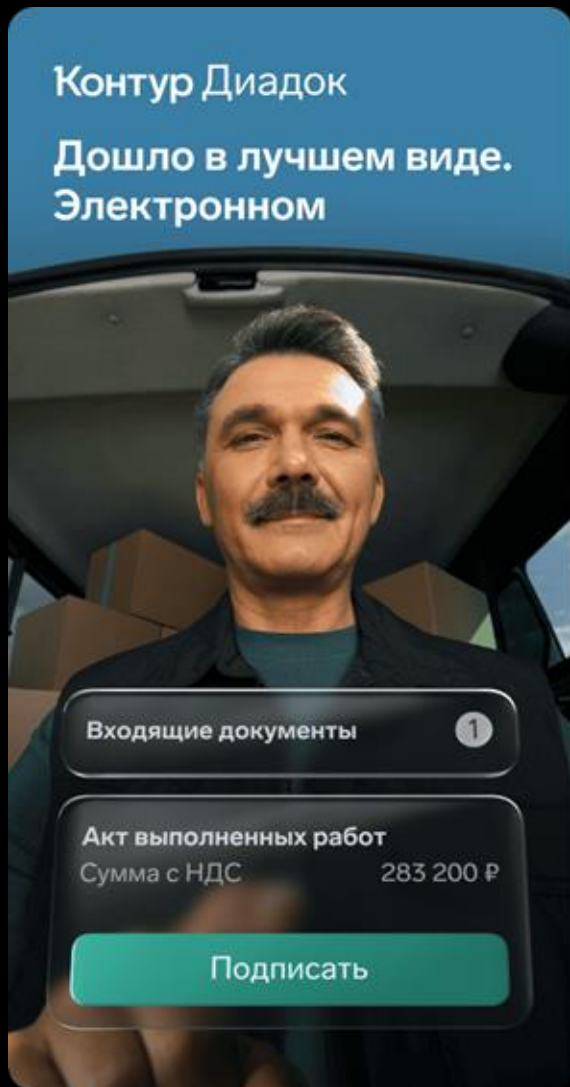


Повысить долю  
МСБ в структуре  
привлеченных  
клиентов

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

# Баннеры

Контур Диадок  
Дошло в лучшем виде.  
Электронном

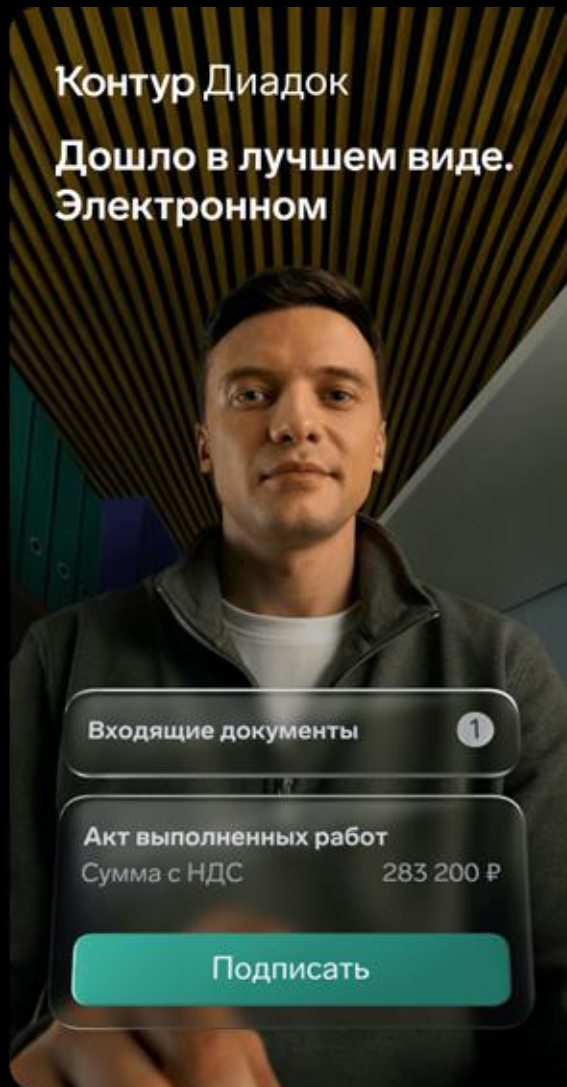
A banner featuring a man with a mustache sitting in the driver's seat of a car. The background is a solid blue color.

Входящие документы 1

Акт выполненных работ  
Сумма с НДС 283 200 Р

Подписать

Контур Диадок  
Дошло в лучшем виде.  
Электронном

A banner featuring a man in a dark jacket standing in a modern interior with vertical slats. The background is a dark, textured color.

Входящие документы 1

Акт выполненных работ  
Сумма с НДС 283 200 Р

Подписать

Контур Диадок  
Дошло в лучшем виде.  
Электронном

A banner featuring a woman in a brown blazer sitting in the driver's seat of a car. The background is a dark, textured color.

Входящие документы 1

Акт выполненных работ  
Сумма с НДС 283 200 Р

Подписать

# Стратегия коммуникаций-360

Медийная рекламная кампания

Инфлюенс-маркетинг

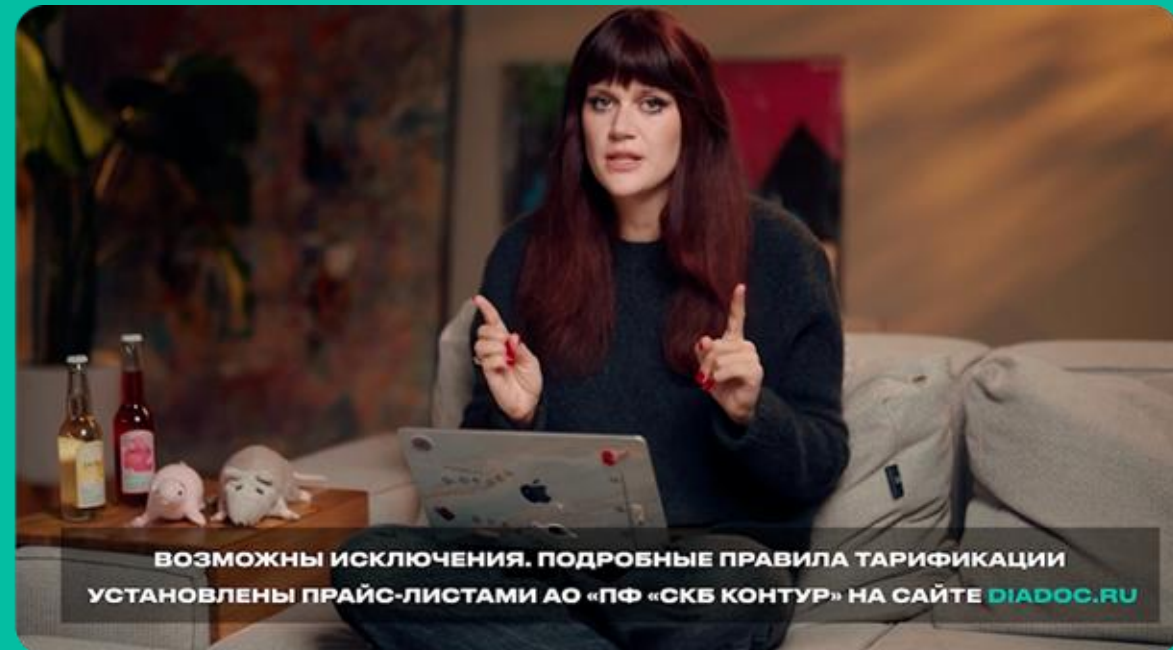
Спецпроект с креативной  
наружной рекламой

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

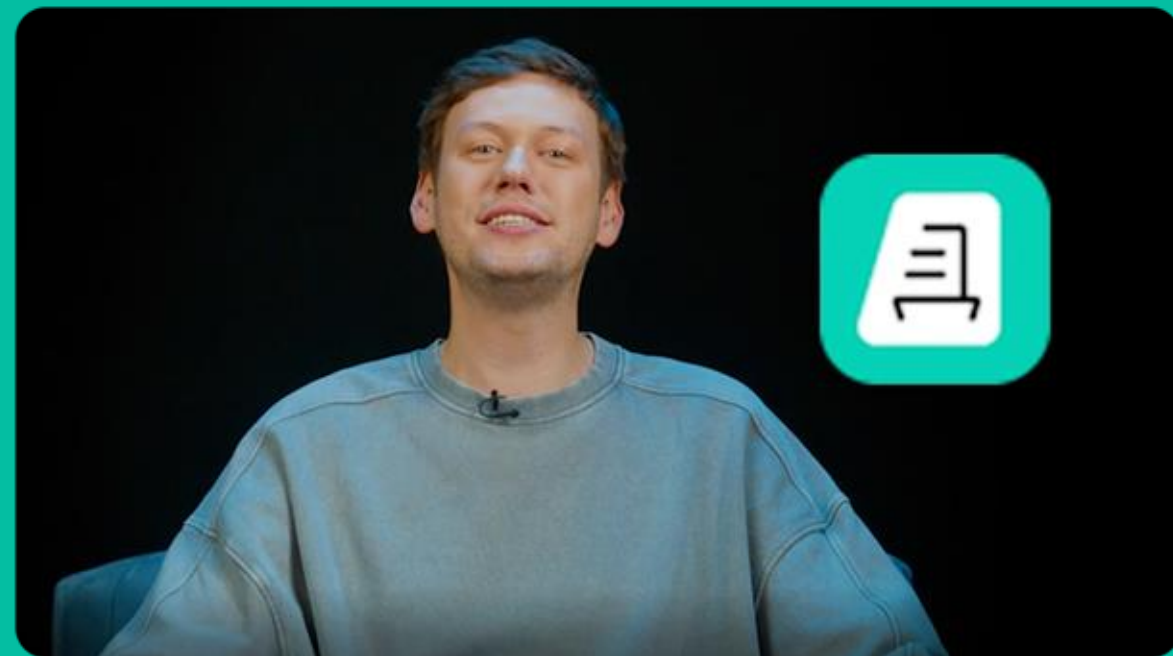


ВОЗМОЖНЫ ИСКЛЮЧЕНИЯ. ПОДРОБНЫЕ ПРАВИЛА ТАРИФИКАЦИИ  
УСТАНОВЛЕНЫ ПРАЙС-ЛИСТАМИ АО «ПФ «СКБ КОНТУР» НА САЙТЕ [DIADOC.RU](https://diadoc.ru)

 Контур Диадок

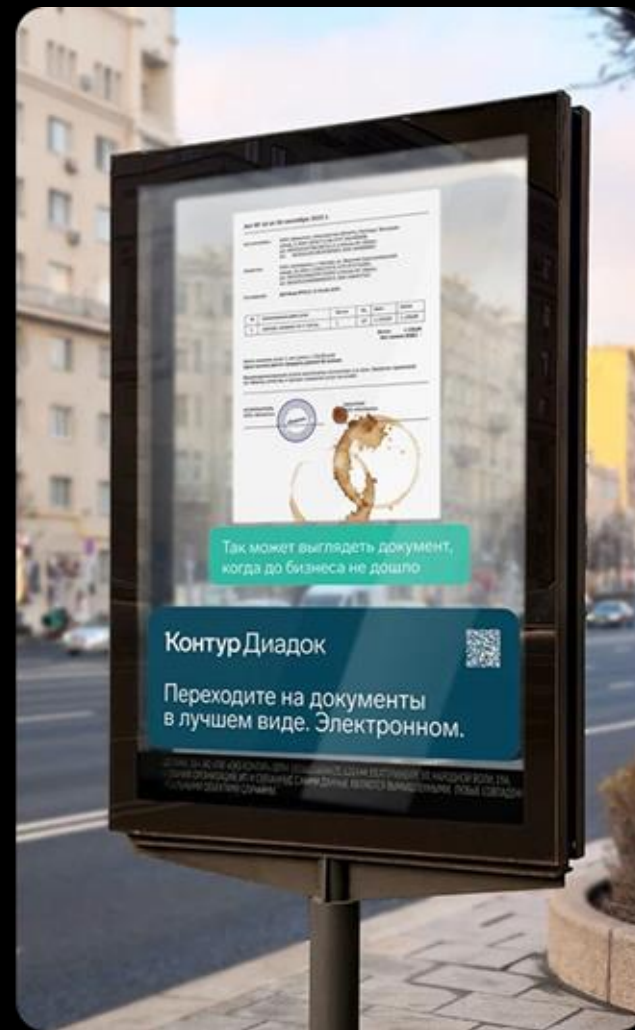


Решения АО «ПФ «СКБ КОНТУР», ОГРН 1026605000000, 6201144, Екатеринбург, ул. Народной Воли, 19А Etld



# Спецпроект

Контур



Контур Диадок

Документы долетают в лучшем виде.  
Электронном

Входящие документы

Акт выполненных работ  
Сумма с НДС 283 200 Р

Подписать

Авиакомпания

# 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**

