

Малый бизнес захотел больших охватов

В Краснодарском крае небольшие предприятия начали активно осваивать инструменты онлайн-продвижения.

Каждый предприниматель, когда-либо пытавшийся продвинуть свой бизнес в интернете, знает, что у Сети две стороны медали. Первая — разместить свою рекламу там сейчас очень просто. И вторая — она легко потеряется в массиве точно такой же рекламы от конкурентов. Так что сегодня продвижение в интернете — это самый сложный механизм, освоить который самостоятельно довольно трудно. Особенно, когда вам параллельно нужно еще вести свой бизнес и решать множество насущных вопросов.

Каждый год число малых и средних предприятий, применяющих такие инструменты, увеличивается примерно на 50%

По этой причине предприниматели все чаще используют уже готовые инструменты для продвижения, где все продумано, и остается только выставить нужные настройки. Так, по данным компании МТС, предлагающей предпринимателям продукты для интернет-продвижения товаров и услуг, в Краснодарском крае уже примерно треть субъектов МСБ подключают сервисы, которые могут частично автоматизировать процессы, а также упростить сбор данных и коммуникацию с клиентами. Причем каждый год число малых и средних предприятий, применяющих такие инструменты, увеличивается примерно на 50%. А в 2020 году, когда пандемия фактически сделала почти бесполезной наружную и другую «офлайновую» рекламу, переход бизнеса на диджитал-маркетинг ускорился до 100%.

Клиент, помни!

По итогам прошлого года самый большой интерес к онлайн-продвижению проявили владельцы магазинов и небольших фирм в сфере торговли, а также предприятия, оказывающие какие-либо услуги.

Если составлять своеобразный топ самых востребованных продуктов, то чаще всего малый и средний бизнес использует сервисы СМС-информирования и рассылок. Что и понятно, ведь этот инструмент дает очень большие охваты. Кстати, особенно большой спрос на рассылки был в разгар коронавирусных ограничений, когда нужно было выстраивать работу с клиентами в новых непривычных условиях. А СМС — простой и понятный способ напомнить о себе целевой аудитории.

По итогам прошлого года самый большой интерес к онлайн-продвижению проявили владельцы магазинов и небольших фирм в сфере торговли, а также предприятия, оказывающие какие-либо услуги

Среди компаний среднего размера была востребована программа «Мобильные сотрудники», позволяющая удаленно контролировать действия и перемещения работников или корпоративного транспорта. Учитывая растущий спрос на услуги доставки и такси, это неудивительно, и можно ожидать, что актуальность подобных услуг для бизнеса будет лишь возрастать.

Продвинуть одной кнопкой

Кроме того, большим спросом пользовалась таргетированная реклама в интерне-



те. Разумеется, предприниматели запускали ее с использованием уже готовых цифровых решений. Фактически сегодня от бизнесмена требуется лишь понять, какой аудитории могут быть интересны его товары или услуги, а дальше — воспользоваться готовым диджитал-продуктом.

Процесс настройки понятен любому и не занимает много времени. Учитываются такие параметры, как геолокация, пол, возраст, интересы потенциального покупателя и многие другие

К примеру, набор сервисов «МТС-Маркетологи» объединяет в себе большой диапазон инструментов, дающих понятный и прогнозируемый результат. Пользуясь им, предприниматель может запустить таргетированную рассылку сообщений или интернет-рекламу самостоятельно. Причем процесс настройки понятен любому и не занимает много времени. Учитываются такие параметры, как геолокация, пол, возраст, интересы потенциального покупателя и многие другие. А благодаря использованию Big Data, можно не сомневаться, что реклама увидят именно те люди, которые нужны.

И еще один важный момент (раз уж мы говорим о малом и среднем бизнесе) — такая реклама при всей своей продуктивности не требует больших бюджетов. Она доступна любому предпринимателю, который заинтересован в развитии своего бизнеса.

Результат прогнозируем

Краснодарские бизнесмены все чаще перечисленные инструменты применяют давно и достаточно активно. По словам сооснователя ювелирного ателье Goldness Екатерины Бондаренко, для продвижения товаров используются как офлайн, так и несколько онлайн-каналов.

— Эффективнее всего для нас работает таргетинг в соцсетях и контекстная реклама в поисковых системах. Но важно понимать не только то, зачем такое продвижение нужно вашей компании, но и думать за клиента.

Например, с СМС-рассылкой нужно быть аккуратным, необходимо делать это грамотно, ведь сейчас разного рода предложения сыпятся на людей постоянно, важно быть ненавязчивым, — говорит Екатерина Бондаренко.

Владелец салона живой флористики Jenny Flowers Евгения Понаморева соглашается с тем, что в современных реалиях успешно развивать бизнес без инструментов интернет-маркетинга попросту невозможно.

— Мы понимаем, что сегодня социальные сети — это уже синоним маркетинга. При этом предпочтение отдаем таргетированной рекламе, эффективность которой можно оценить, проанализировав конверсию и активность аудитории. Это достаточно понятные и измеримые категории, — считает предприниматель.

В целом ситуация с сервисами интернет-маркетинга хорошо характеризуется фразой «спрос рождает предложение». Для бизнеса

стало очевидно, что обходиться без подобных инструментов уже нельзя — иначе тебя обойдет конкурент, который их использует. Однако для малого и даже среднего бизнеса практически нереально держать в штате квалифицированного интернет-маркетолога или таргетолога, который сможет грамотно освоить бюджет, выделенный на продвижение товаров или услуг. Намного проще воспользоваться готовым диджитал-решением, которое уже доказало свою эффективность.

«Мы отдаем предпочтение таргетированной рекламе, эффективность которой можно оценить, проанализировав конверсию и активность аудитории. Это достаточно понятные и измеримые категории»

