### SMM в B2B: опыт полиграфической отрасли



#### Ольга Цымбал

Семинар «Инновационные инструменты интернет-маркетинга», 13 июня 2013 г.

# Полиграфические предприятия Украины в социальных сетях



Много, пестро, хаотично

Типографии среднего размера, крупные, реже – мелкие

Сеть подходит для продвижения как В2В, так и В2С-брендов



Много, довольно однообразно, хаотично

В основном небольшие компании, салоны оперативной печати

Сеть больше подходит для продвижения В2С-брендов



Мало, бледно, неактивно

Мелкие и средние предприятия

Самая подходящая сеть для В2В

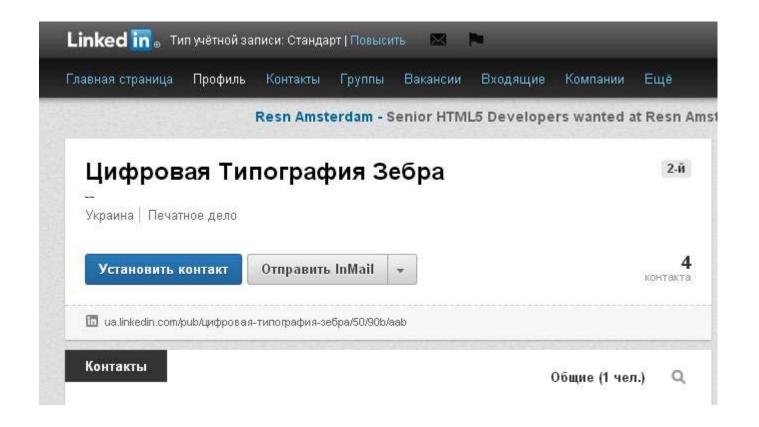
### Типичная страница в facebook



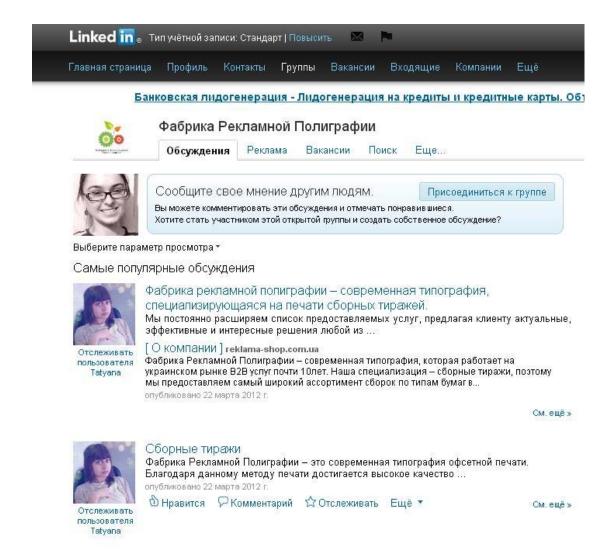
### Типичная публикация в facebook



### Украинская типография в LinkedIn

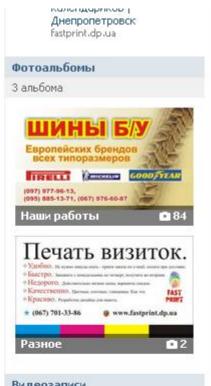


### Одна из самых активных групп украинских типографий в LinkedIn



### Типичная группа во vkontakte







2 видеозаписи

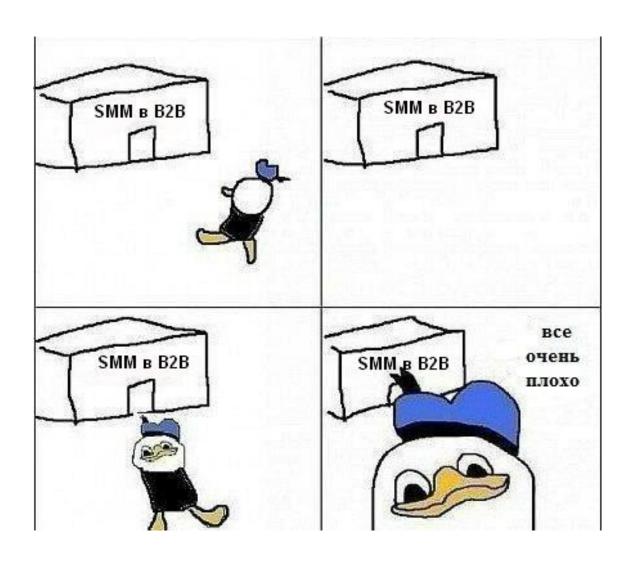


Качество визиток 12 апр 2011 | 0 комментариев





### Неужели?



Нет, не все потеряно.

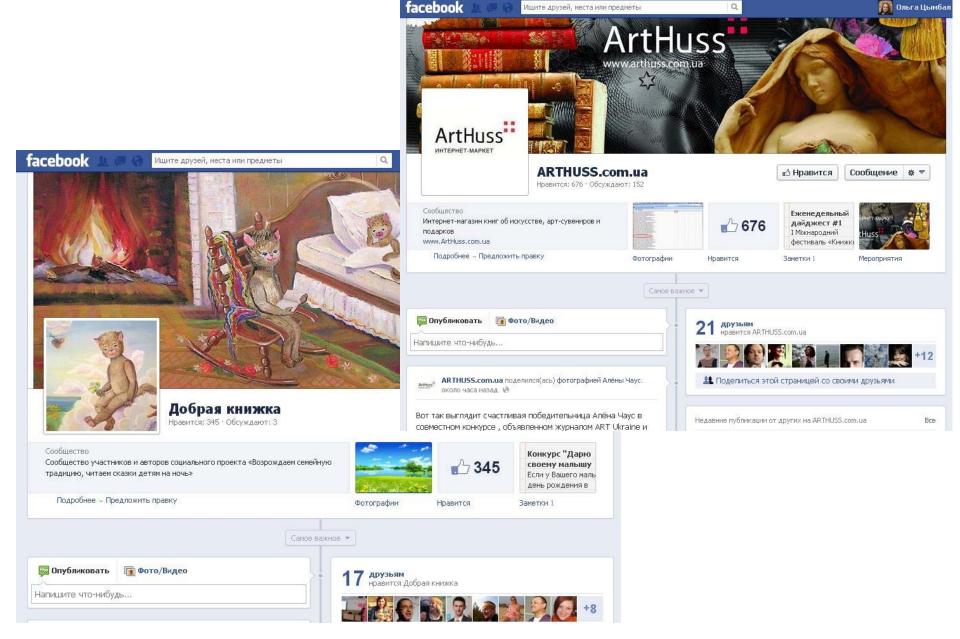
### Типография «Абрис-принт»



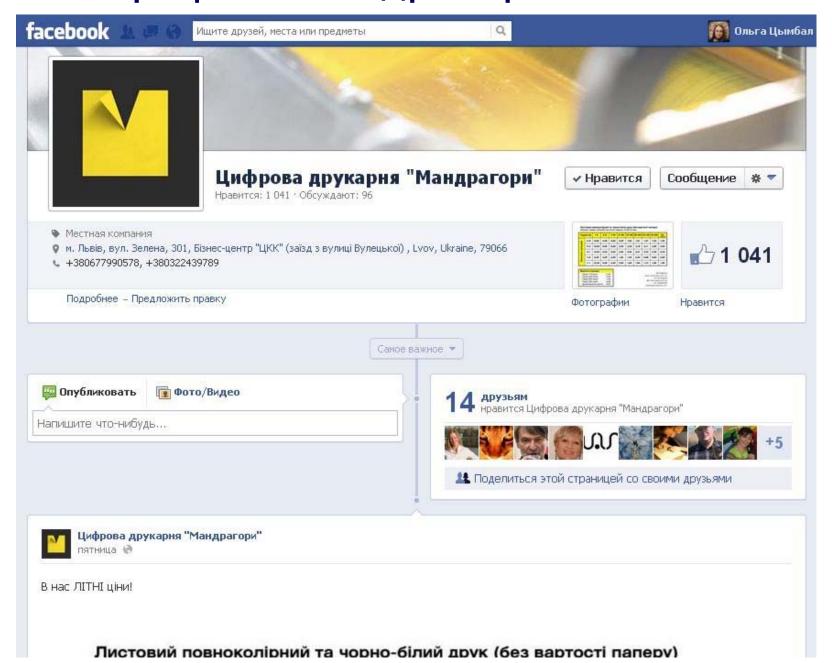
### Типография Huss



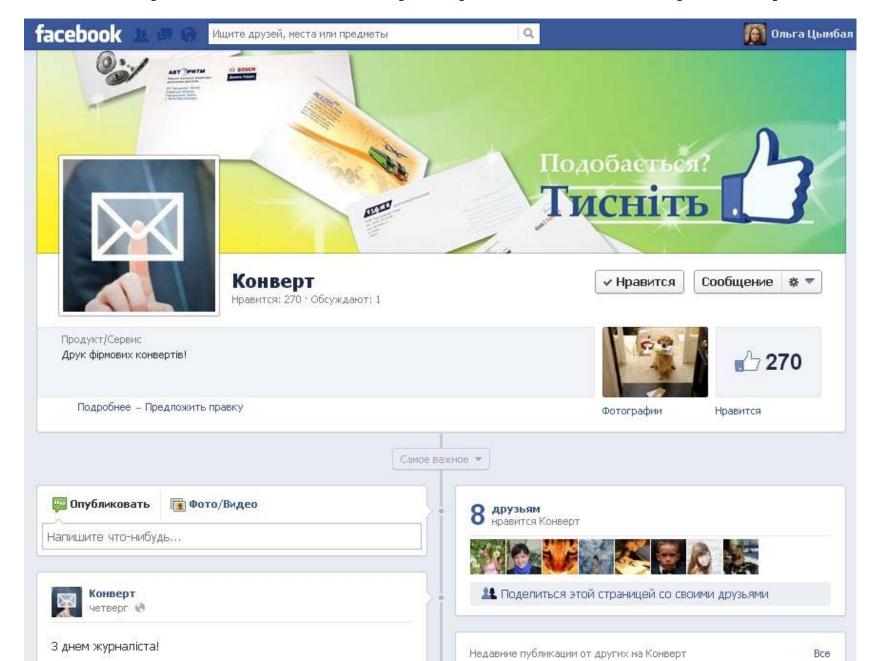
### Спецпроекты типографии Huss



### Типография «Мандрагоры»



### Спецпроект типографии «Мандрагоры»



### «Маленька приватна друкарня на Подолі»



### Спецпроект «Друкарни на Подоле»

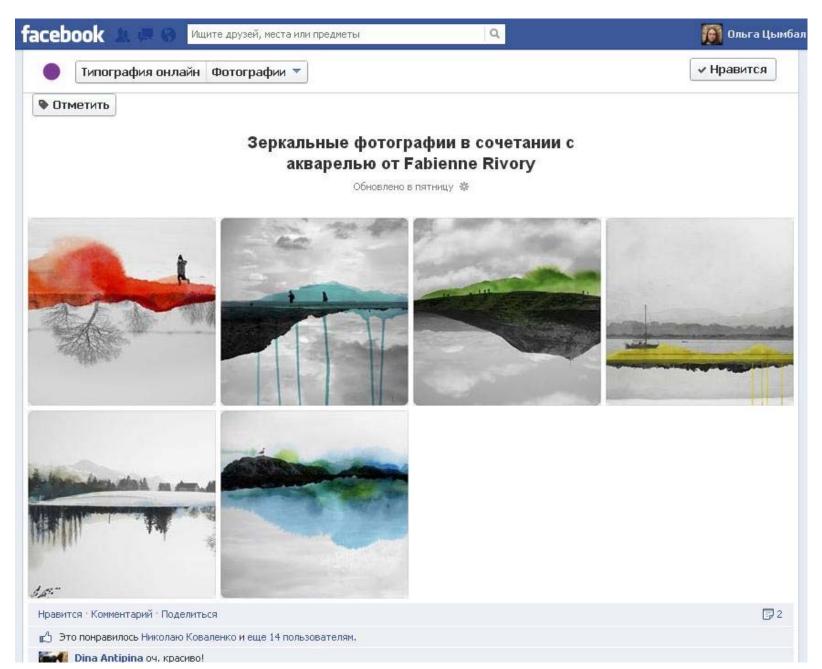


### «Печатин» (ПО и услуги для типографий)



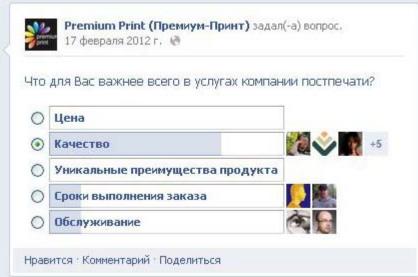
# О чем писать, чтобы было интересно?

### Эстетика

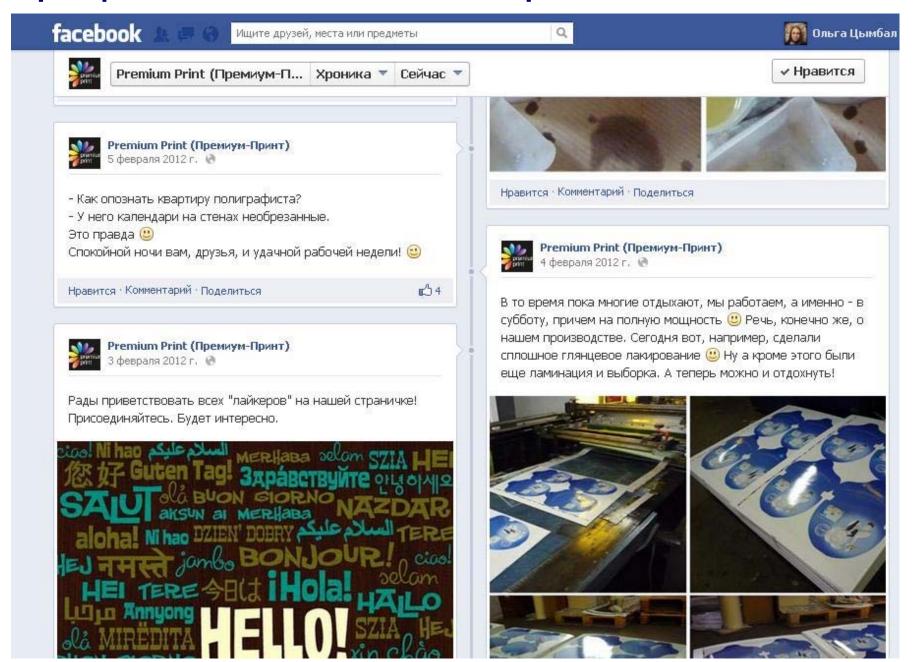


# Насущные вопросы отрасли (важен интерактив, диалог)





### Профессиональный юмор



### Иногда можно слегка отвлечься от темы



### Не контентом единым ©



### Не контентом единым ©



### Какую социальную сеть выбрать?



Прочие социальные сети – опционально, в зависимости от специфики бизнеса.

### Выводы.

О чем нужно помнить, развивая B2B-сообщество в социальной сети

#### 1

# Изучите тонкости SMM или наймите профессионала

Направление бизнеса кажется неинтересным для соцсетей? Идите в смежные области знаний, фокусируйтесь не на товарах/процессах, а на их смыслах

### «Заманить» подписчиков несложно, сложнее – удержать их и превратить в лиды

4

### Работа с ЦА:

B2B-шники – тоже люди, и ничто человеческое им не чуждо

Однако не скатывайтесь до уровня развлекательного паблика (минимум раз в неделю напоминайте о своем бизнесе, держите подписчиков в курсе новостей)

# Поощряйте лояльных подписчиков (упоминание в сообщениях, скидки, акции, конкурсы)

Придумывайте спецпроекты и организовывайте оффлайн-мероприятия (презентации, семинары, неформальные встречи), анонсируя их в соцсетях

8

Не бывает скучных бизнесов (даже в В2В), бывают скучные SMM-щики ☺

Не ждите чуда. SMM – не панацея, а метод повышения узнаваемости, развития лояльности и вспомогательный инструмент продаж

### Спасибо! Есть вопросы?

olga.tzimbal@gmail.com facebook.com/olga.socialka LinkedIn: Olga Tsymbal