

В2В-МАРКЕТИНГ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ПЕРФОРМАНСА:

как воронка и смыслы формируют рост



СПИКЕРЫ



**КИРИЛЛ
КОПЫЛОВ**

Заместитель начальника
управления маркетинга
MTBanka



**АНАСТАСИЯ
САФРОНЕНКО**

Аккаунт-директор
Wunder Digital

**Почему в B2B все чаще
не работает перформанс —
даже при росте бюджетов?**

ВЫБОР B2B-ПРОДУКТА ≠ БЫСТРЫЕ РЕШЕНИЯ

РКО

ЭКВАЙРИНГ

КРЕДИТОВАНИЕ

- длинный цикл сделки
- несколько лиц, принимающих решения
- высокий уровень недоверия к рекламе

КЛЮЧЕВОЙ ВЫЗОВ: не просто заявки, а осознанный спрос

В B2B РОСТ ДАЕТ НЕ МЕДИАДАВЛЕНИЕ, А СИНХРОНИЗАЦИЯ

ОХВАТ

СМЫСЛ

ПЕРФОРМАНС

КЕЙС 1

Охват как топливо для перформанса



ЗАПУСК КОМПЛЕКСНОГО ПАКЕТА эквайринг + рко) с нулевой осведомленностью

(кредит +

КОНТЕКСТ:

01

МТБанк активно развивает направление B2B, предлагая полный пакет продуктов для бизнеса: кредитование, эквайринг и расчетно-кассовое обслуживание (РКО).



ЗАПУСК КОМПЛЕКСНОГО ПАКЕТА

эквайринг + рко) с нулевой осведомленностью

(кредит +

КОНТЕКСТ:

02

Сложность:

РКО — наименее конверсионный продукт с длинным циклом сделки и высоким барьером принятия решения.



ЗАПУСК КОМПЛЕКСНОГО ПАКЕТА

эквайринг + рко) с нулевой осведомленностью

(кредит +

КОНТЕКСТ:

03

Для стимулирования новых клиентов запустили акцию на комплексный пакет услуг для бизнеса — кредит + эквайринг + РКО на льготных условиях:

- *0 BYN за обслуживание 6 мес.*
- *комиссия по эквайрингу — от 0,99%.*
- *кредит под сниженный процент в BYN или USD.*



ИНСАЙТ

В2В-аудитория принимает решения рационально, но реагирует на **узнаваемость** и **доверие** не меньше, чем В2С.

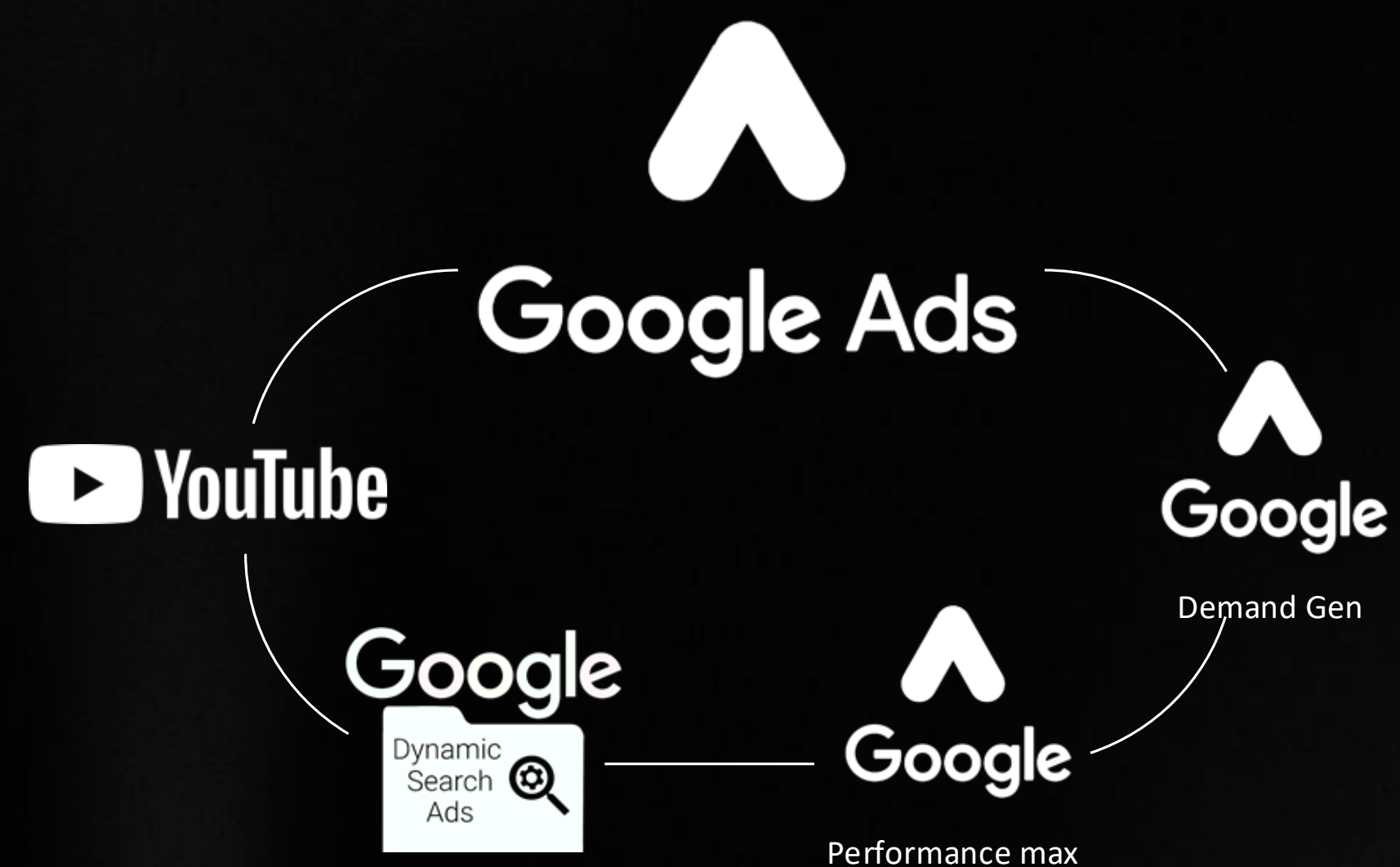
Охватные кампании создают **эмоциональный контакт**, который усиливает эффективность конверсионных кампаний.

РЕШЕНИЕ:

воронку по этапам

не делить

ИНСТРУМЕНТЫ:



 Telegram Ads

 Meta Ads

Яндекс

 РСЯ
Рекламная сеть Яндекса

 TikTok Ads

РЕШЕНИЕ:

воронку по этапам

не делить

ОСОБЕННОСТИ НАСТРОЙКИ:

ТОЧНОЕ ТАРГЕТИРОВАНИЕ НА БИЗНЕС-АУДИТОРИЮ:

- по банковским и бизнес-каналам Telegram
- приложениям и сайтам для бизнеса
- поисковым запросам (кредиты, эквайринг, бухгалтерия и др.)

ПОСТОЯННАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ:

- отключение низкоэффективных связок
- перераспределение бюджета в Performance Max

ЕДИНЫЙ КРЕАТИВ ВО ВСЕХ КАНАЛАХ

(видео и баннеры с озвучкой для удержания внимания)

СБОР АДРЕСОВ КОНКУРИРУЮЩИХ БАНКОВ В ПОИСКЕ

РЕЗУЛЬТАТ

+94% заявок с сохранением высокого качества

«Даже в B2B-сегменте видео- и охватные кампании критически важны для перформанса. Только комплексный подход, где охват усиливает конверсию, позволяет достигать кратного роста заявок. **Вывод: охват = топливо для перформанса**».

– Игорь Желтко, PPC-специалист Wunder Digital

КЕЙС 2

Одно УТП эквайринга, которое «починило» алгоритмы



КОГДА PERFORMANCE MAX ПЕРЕСТАЛ РАБОТАТЬ

ВЫЗОВЫ:

CPA +34%

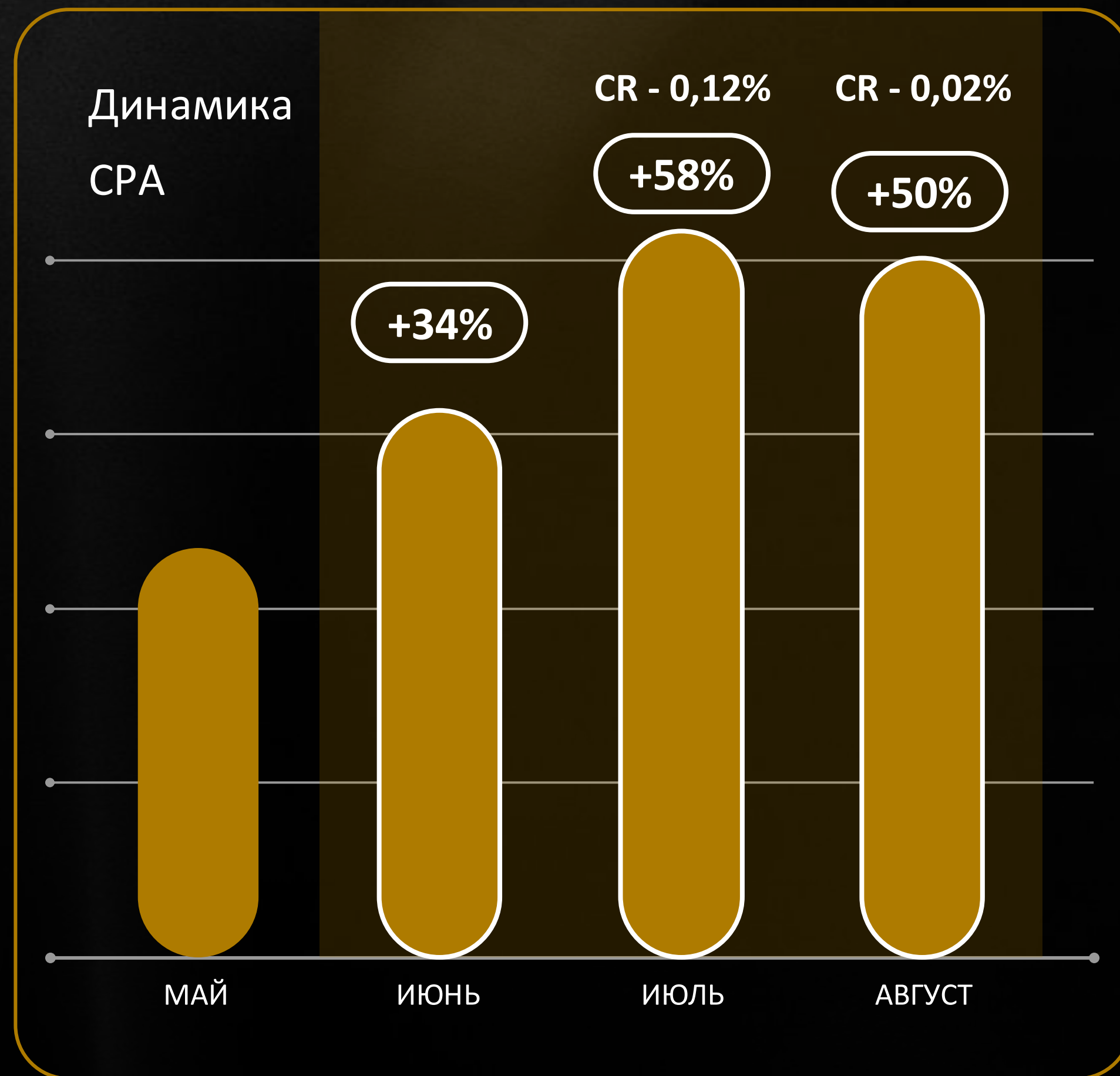
ЗАЯВКИ ПАДАЮТ

ИНСТРУМЕНТ УХОДИТ
В НЕРЕЛЕВАНТНЫЙ ОХВАТ

ЗАДАЧА:

- 01 Стабилизировать воронку и сохранить стабильность конверсий при том же уровне бюджета
- 02 Снизить CPA до прежних значений
- 03 Вернуть поток качественных заявок

ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ



ИЮНЬ

Средний CPA в июне вырос на 34% от среднего по предыдущим кампаниям.

ИЮЛЬ

- Сократили долю бюджета Performance Max.
- Запустили новую бета-функцию AI Max — отдельной кампанией с тестовым бюджетом.
- Заменяли Shorts на Demand Gen (лента Google и рекомендации).

АВГУСТ

- Получили первые заявки из AI Max, оставили кампанию для обучения. Полностью отключили Performance Max.
- Оптимизировали Demand Gen по плейсментам.

ИНСАЙТ:

просто «эквайринг»

бизнесу не нужен

Проблема была не только в алгоритмах. Не только Performance Max «сломался» — сломалась коммуникация.

Если сделать УТП конкретным, понятным и уникальным, алгоритмы начнут работать эффективнее.

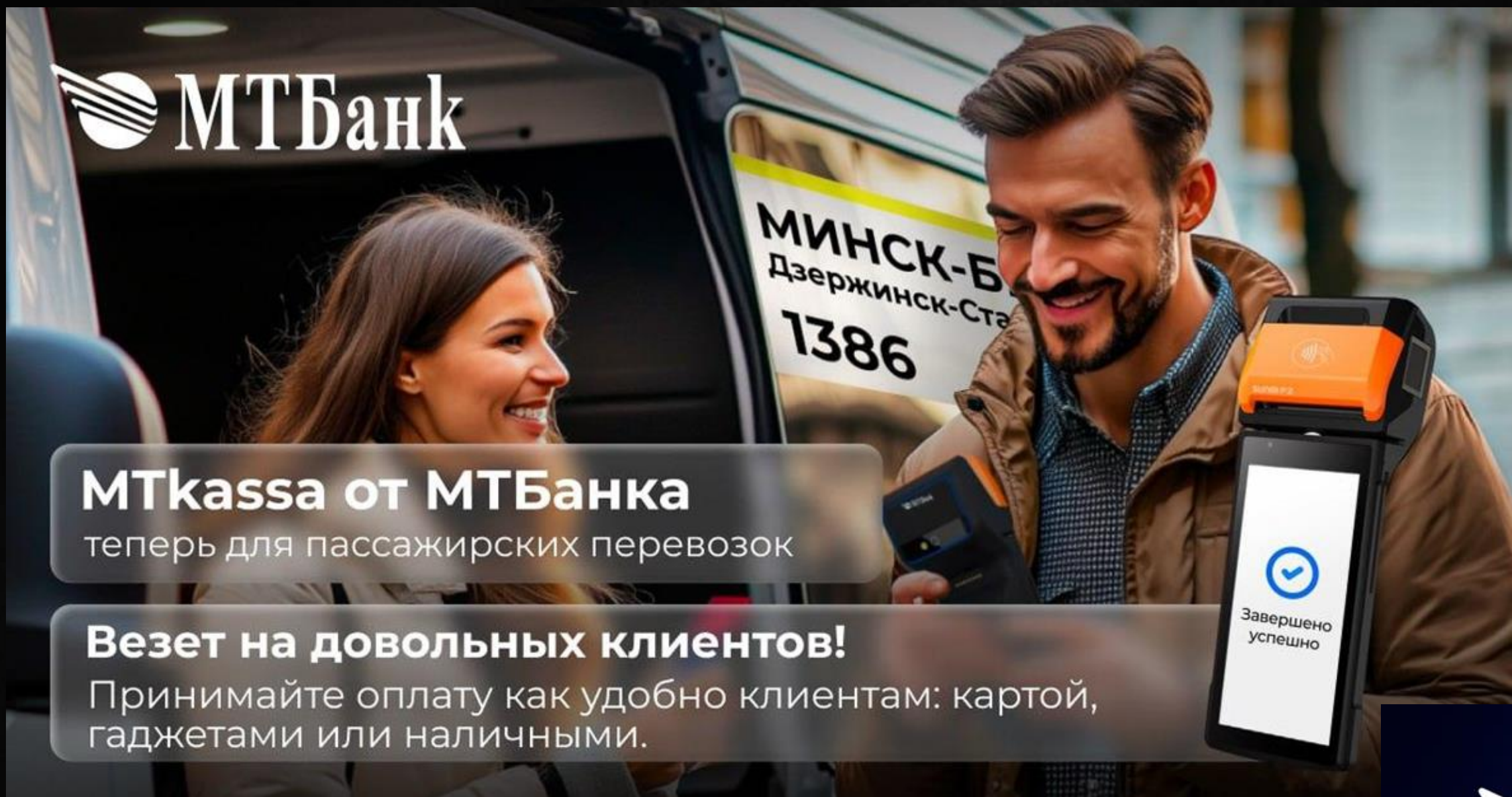
Мы задали простой вопрос:

«А что реально волнует предпринимателя?»

Ответ: страх потерять продажу.

НОВОЕ УТП:

Эквайринг, который принимает все способы оплаты — включая оплату телефоном.



MTkassa от MTБанка

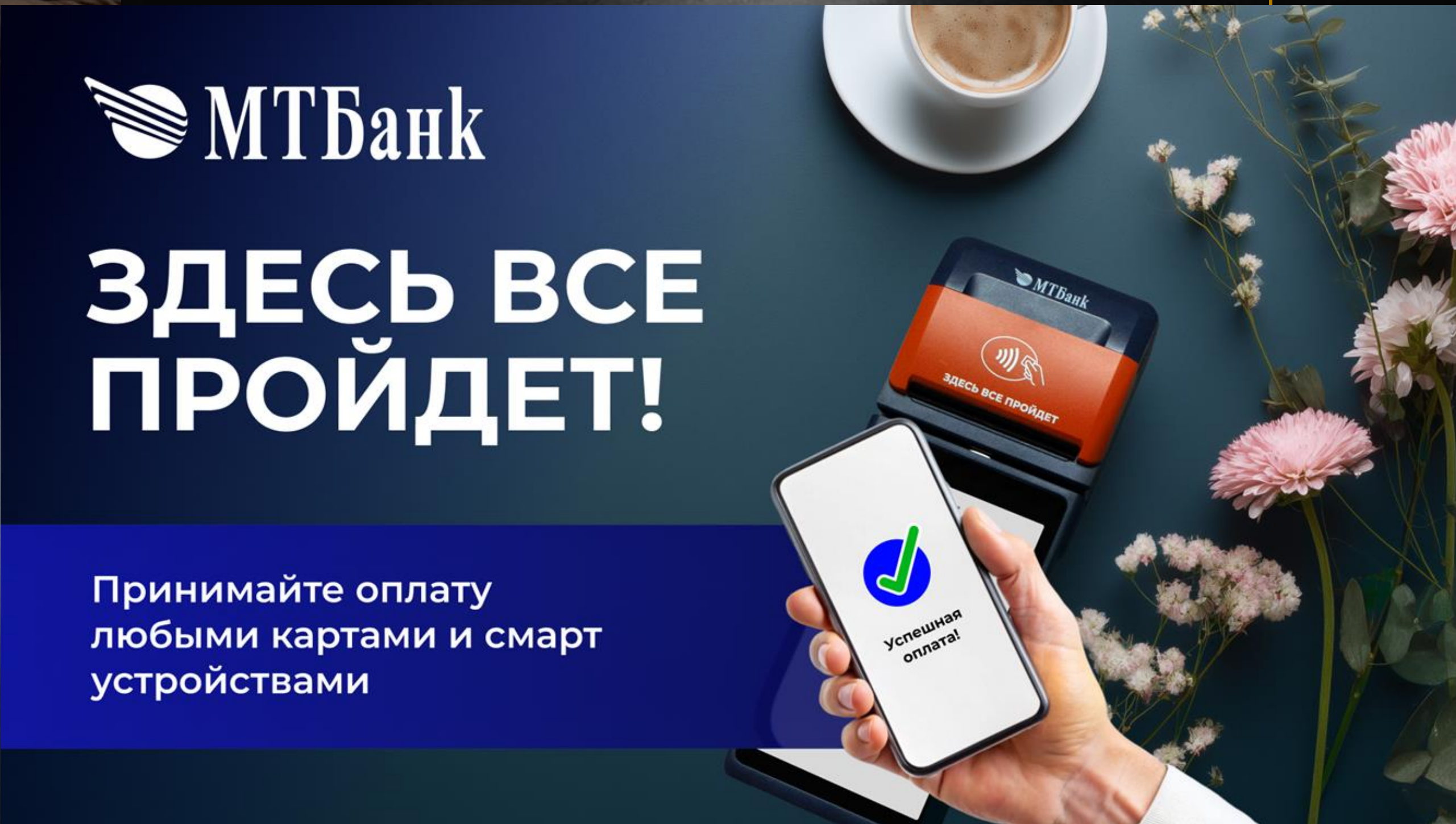
теперь для пассажирских перевозок

Везет на довольных клиентов!

Принимайте оплату как удобно клиентам: картой, гаджетами или наличными.

СТАЛО

БЫЛО

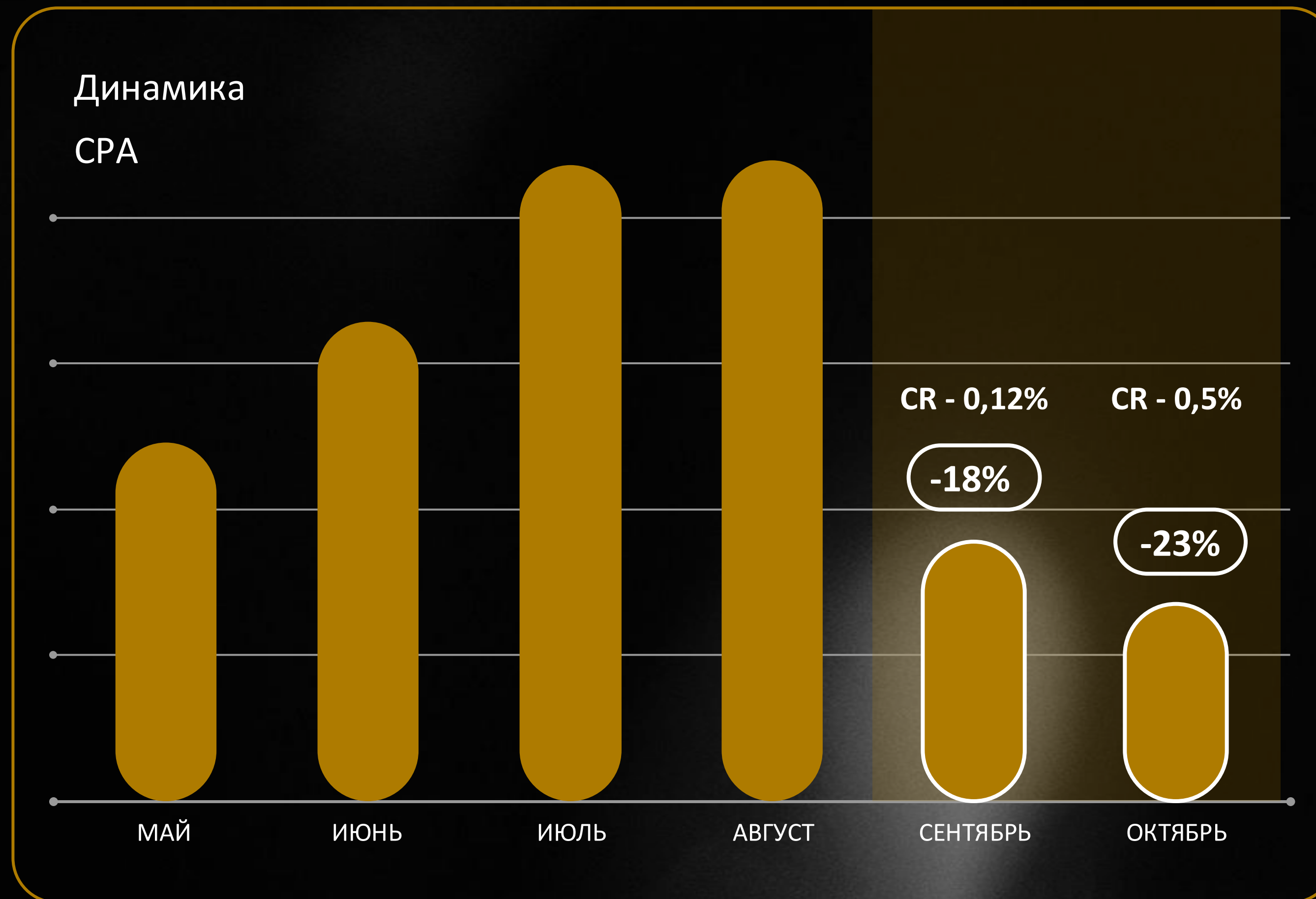


MTБанк

ЗДЕСЬ ВСЕ ПРОЙДЕТ!

Принимайте оплату любыми картами и смарт устройствами

ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ + СМЕНА УТП



СЕНТЯБРЬ

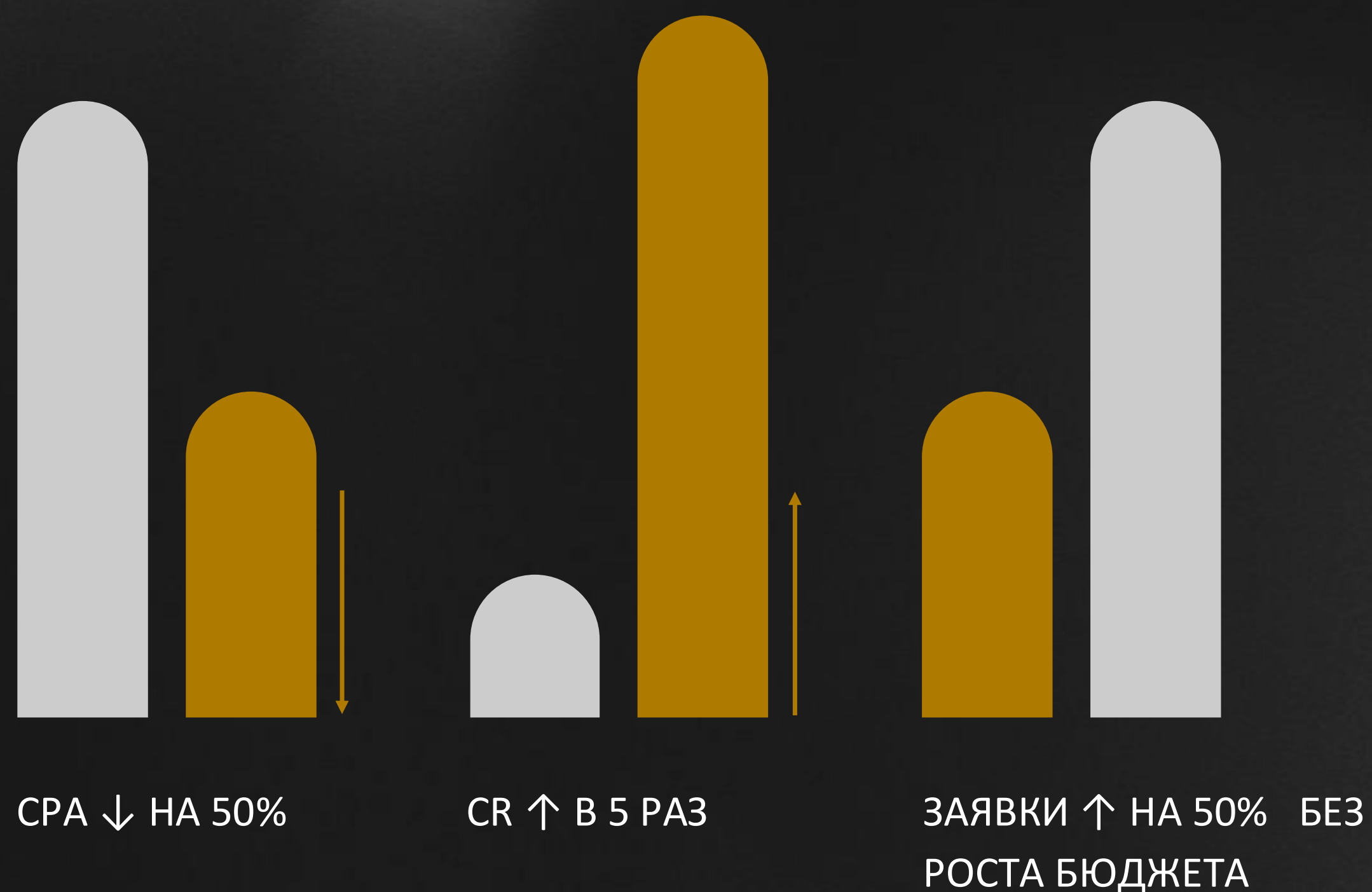
- Добавили Яндекс (ТГО) и Meta для охвата.
- Объединили DSA + поиск + AI Max в единую гибридную кампанию.
- Добавили УТП в креативы: подчеркнули, что терминалы МТБ принимают все способы оплаты, включая оплату телефоном.

ОКТАБРЬ

- Уточнили аудиторию: включили пользователей конкурирующих банков, у которых отсутствует аналогичный функционал.
- Оптимизировали таргетинг под них.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ПОСЛЕ СМЕНЫ СМЫСЛА

РЕЗУЛЬТАТЫ:



МОРАЛЬ:

Реклама перестает работать не потому, что инструмент «сломался». Она перестает работать, когда бренд перестает говорить о том, что реально важно клиенту.

ГЛАВНЫЕ ВЫВОДЫ:

Меняйте не только каналы, но и смысл. Даже при стабильных инструментах аудитория «выгорает» — освежайте коммуникацию. Простое, точное УТП может изменить всю эффективность digital-стратегии.

ЧТО СТОИТ УНЕСТИ С СОБОЙ

3 ТЕЗИСА:

1. В В2В перформанс не работает в вакууме.

В В2В охват = топливо, УТП = руль,
перформанс = двигатель.

2. Охват без смысла — шум.

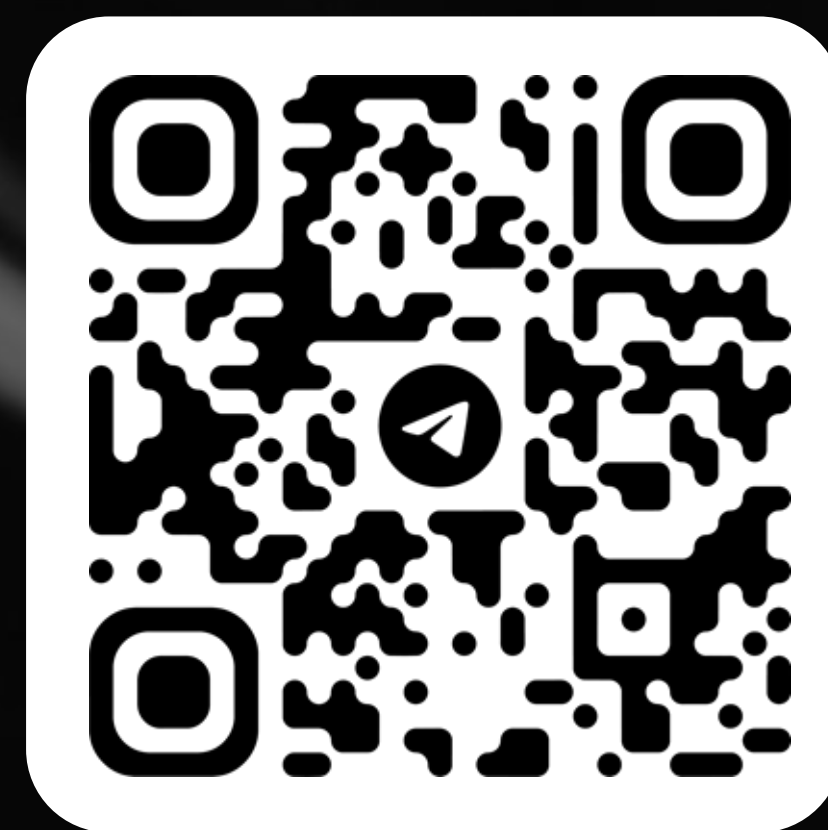
3. Одно точное УТП может дать больший эффект, чем смена инструментов.

БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ

Будем рады вопросам и диалогу после выступления



WUNDER
DIGITAL AGENCY



КИРИЛЛ
КОПЫЛОВ



АНАСТАСИЯ
САФРОНЕНКО

WUNDER
DIGITAL AGENCY