

Пирогова Юлия Константиновна

К.ф.н., профессор НИУ-ВШЭ,
член Международной рекламной ассоциации,
главный редактор журнала
«Реклама: теория и практика»

Особенности маркетинга и брендинга на B2B-рынках

Особенности маркетинга и брендинга в сфере B2B

Особенности маркетинговой среды:

Быстрые и неравномерные изменения среды

Для ряда отраслей – связь с B2C-рынком, при которой небольшое изменение спроса на нем ведет к существенному изменению на B2B.

Выход B2B компаний на международные рынки (глобальная стратегия)

Особенности B2B товаров:

Множество разновидностей товаров

Сокращение жизненных циклов пром.изделий

Единство «товар+услуга»

Сложный процесс покупки:

Длительный процесс выбора

Комплексные закупки: не множество отдельных решений, а одно комплексное → множество товаров сразу.

Преимущественно рациональный характер принятия решений

Компетентность потребителя

Совместное принятие решений и согласование решений в руководстве компании «т.н. «закупочный центр»)

Более высокие требования к составу и надежности приобретаемого товара:

Необходимость повышенных гарантий поставок не только товара, но и сопровождающих его товаров/услуг (технологий, обслуживания, обучения и т.д.).

Меньшее количество, больший объем и большая стоимость заказа. Высокая значимость каждого клиента

Цена на B2B-рынках – часто низкая эластичность

Ценность партнерства и сотрудничества:

Необходима возможность развития деловых связей на уровне компаний параллельно с ростом бизнеса компании-покупателя

Инвестиционная и др. типы привлекательности

Корпоративный брендинг

или

Комбинированный брендинг:

корпоративный + товарный (особенно для инновационных товаров)

т.к. именно корпоративный бренд дает ощущение постоянства/надежности, компетентности, широких возможностей, цельности/комплексности, гарантии и является инвестиционно привлекательным

Одна из основных целей управления корпоративным брендом - создавать ясное, согласованное и уникальное представление о компании и ее корпоративном бренде среди всех целевых групп.

Не только убедить клиентов, непосредственно контактирующих с компанией, но и дать им информацию для убеждения всех лиц, принимающих решение в компании.

Долгое время полагали, что в b2b-сфере эмоциональная составляющая не значима для принятия решений.

В современном маркетинге признается, что хотя решение в b2b принимает клиент-профессионал, руководствующийся деловыми соображениями, но он человек. А в основе многих рациональных решений лежат эмоции. И эмоции можно с успехом задействовать и в этой сфере.

ФИЛОСОФИЯ БЕЛОЙ МЕТАЛЛУРГИИ

Белая металлургия — новый стандарт металлургического производства, возникший в России в 2010 году. Продукция, технологии, квалификация сотрудников предприятий Белой металлургии соответствуют самым жестким современным стандартам, а часто и опережают требования рынка на несколько лет вперед.

1

Свидетельство: [619565](#)
Приоритет: 26 июля 2016
МКТУ: 6, 7, 12, 17, 19, 35, 37, 39, 40, 42, 44, 45
Правообладатель: Акционерное общество "Группа ЧТПЗ", 115172, Москва, Котельническая наб., 1/15, корп. Б (RU)

действует

[Источник](#)

Белая металлургия

2

Свидетельство: [619564](#)
Приоритет: 26 июля 2016
МКТУ: 6, 7, 12, 17, 19, 35, 37, 39, 40, 42, 44, 45
Правообладатель: Акционерное общество "Группа ЧТПЗ", 115172, Москва, Котельническая наб., 1/15, корп. Б (RU)

действует

[Источник](#)

Белая металлургия – сила преобразования

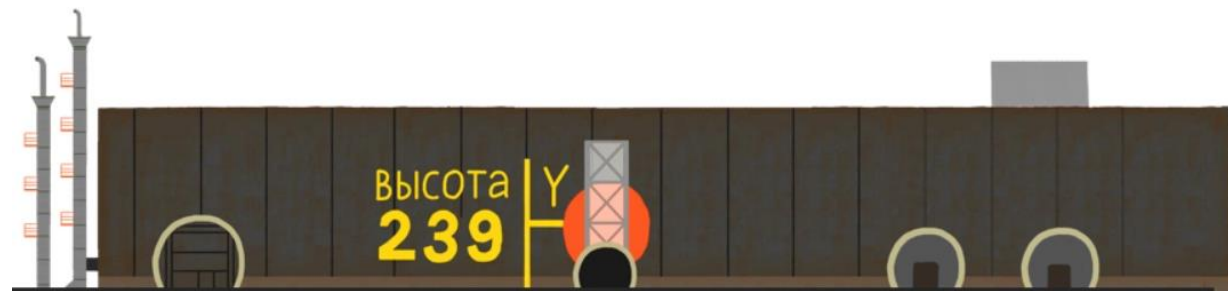
2

Свидетельство: [582889](#)
Приоритет: 23 марта 2015
МКТУ: 6, 7, 8, 17, 19, 35, 37, 39, 40, 42, 44, 45
Правообладатель: Открытое акционерное общество "Челябинский трубопрокатный завод", 454129, г. Челябинск, ул. Машиностроителей, 21 (RU)

действует

[Источник](#)

ВЫСОТА
239 | Y



Пример формирования и развития
бренда «Четра» на основе комбинации
рациональных и эмоциональных выгод для
клиентов

Россия.

**Одна из важных проблем –
промышленные компании как
советское наследие.**

- Слабый маркетинг
- Плохое качество техники
- Медленно обновляемый ряд
- Слабые идентификаторы торговой марки

Кейс с 2003 г. по наст. время

- ООО «Промтрактор», ООО «Чебоксарский агрегатный завод» (г. Чебоксары)

Исследование имиджа: российская техника ПРОСТАЯ, ПЛОХАЯ, ДЕШЕВАЯ (имидж советского производителя)

Тип названий неохраноспособен: «Промтрактор Т-11»



Старт:

- Вложения в конструкторские разработки широкой серии качественных машин с потенциалом обновления каждый год мин. на 2 модели
- Вложения в дизайн машины
- Разработки нового бренда



www.chetra.ru

ЧЕТРА – торговая марка продукции промышленного назначения, выпускаемой предприятиями крупнейшей российской машиностроительно-индустриальной группы **"Концерн "Тракторные заводы"**.

Коммуникационная платформа ЧЕТРА:

Миссия бренда ЧЕТРА - решение задач потребителя по эффективной эксплуатации машин и технологических комплексов в строительстве, энергетике, добыче полезных ископаемых, транспорте - с обеспечением сервисного сопровождения машин в течение всего жизненного цикла.

ЧЕТРА - культура сотрудничества с потребителем по мировым стандартам.

ЧЕТРА - оптимальное соотношение цены и эксплуатационных свойств.

ЧЕТРА - постоянное развитие и совершенствование.

ЧЕТРА - ПАРТНЕР, обеспечивающий прибыльную, высокопроизводительную работу клиента на комфортабельной современной технике.

Позиционирование техники «Четра»

РАЦИО

Комфортабельная и высокотехнологичная техника промышленного назначения от крупнейшей российской машиностроительно-индустриальной группы для строительных, энергетических, добывающих и коммунальных компаний, которая обеспечивает прибыльную, высокопроизводительную работу клиента в течение всего жизненного цикла.

(Это техника премиального качества, но по цене, заметно ниже аналогов. Бенч-марки: Caterpillar, Komatsu...)

ЭМОЦИИ

Техника, способная удивлять и вдохновлять, превосходить ожидания.

Формирование и поддержка рациональных выгод. Гарантия качества, надежности и устойчивости поставок и обязательств

ЧЕТРА

«ЧЕТРА» – торговая марка российской техники промышленного (бульдозеров, трубоукладчиков и погрузчиков) и коммунального назначения и запасных частей производства ООО «ПК «Промтрактор». Свыше 3 000 единиц техники под брендом ЧЕТРА находятся сегодня в эксплуатации на территории Российской Федерации и более чем в 30 странах мира. Сервисная сеть ЧЕТРА насчитывает более 50 сервисных центров в России и за рубежом.

Сайт: www.chetra.ru

ЧАЗ™

«ЧАЗ ТМ» – торговая марка комплектующих для ходовых систем к промышленной, сельскохозяйственной, лесозаготовительной и строительной технике отечественного и зарубежного производства. Под торговой маркой также производятся запасные части и заготовки (отливки и поковки) по конструкторской документации заказчика. Дилерская сеть «ЧАЗ ТМ» насчитывает более 100 центров в России и за рубежом.

Сайт: www.chaz-spc.ru

Формирование эмоциональных выгод

КУЛЬТУРНАЯ СРЕДА БРЕНДА

- МУЗЕЙ ИСТОРИИ ТРАКТОРА
- ЧЕТРАПРОМАРТ – всероссийский конкурс молодых художников (граффити и стрит-арт)



- ТРАКТОР-ШОУ, БАЛЕТ



- ТРАКТОР + ЦИРК

- ИМЕННЫЕ ТРАКТОРЫ (в честь олимпийцев и др.)



Балет тракторов «Трактор-шоу»



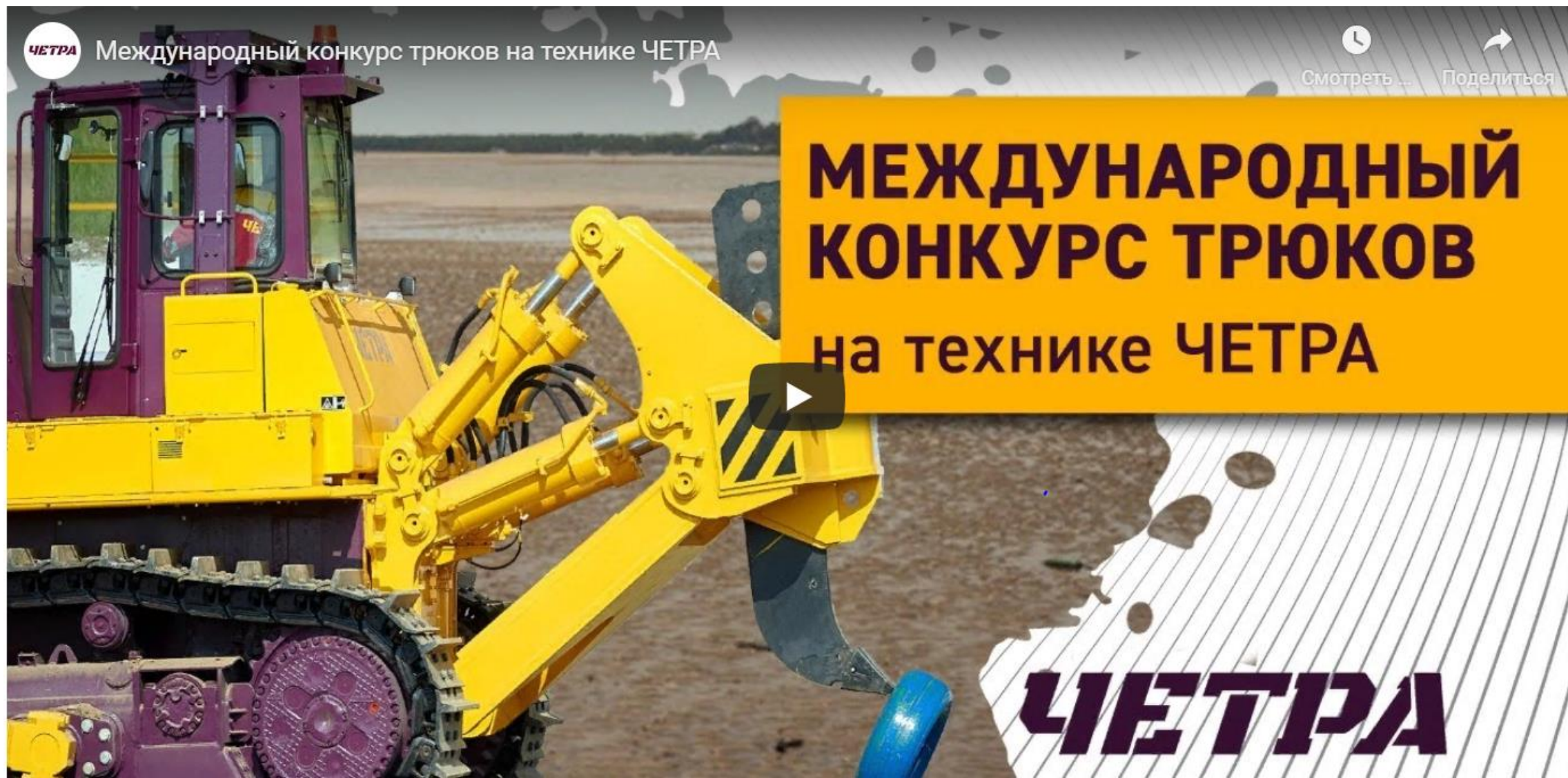
PR-мероприятие,
привлекающее
различные целевые
аудитории, СМИ, а
также
демонстрирующее
превосходства
бренда



ЧЕТРА на «Минуте славы», 2012 г.



ЧЕТРА, 2020 г.



ЧЕТРА НАДЕЖНОСТЬ МОЩЬ ВЫГОДА

- **ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ**
- **СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ НА ВЫСОКОМ УРОВНЕ**
- **ПОДДЕРЖКА ДИЛЕРОВ**
- **БЛОКИРОВКА ПОДДЕЛОК**
- **УЧАСТИЕ В БОЛЬШИХ ПРОЕКТАХ В РОССИИ И В МИРЕ**
- **СВОЯ КУЛЬТУРНАЯ И МЕДИЙНАЯ СРЕДА (несколько изданий, ТВ, сайт, присутствие в соцсетях, активный PR во внешних СМИ)**

Бренд, признанный в мире

- ЧЕТРА олицетворяет надежность и мощь техники, произведенной в России. Она применялась при строительстве крупнейших инфраструктурных проектов современности, таких как трубопроводы Восточная Сибирь - Тихий Океан, Сахалин-2, газопроводы «Голубой поток», «Ванкор-Пурпе», «Починки-Грязовец».
- Техника ЧЕТРА широко востребована в 40 странах мира (Австралии, Египте, Индонезии, Мозамбике, Сирии, Южной Корее и др.) при строительстве крупнейших производственных площадок, морских портов, освоении месторождений природных ископаемых, прокладке трубопроводов и др.
- Инновационный имидж «ЧЕТРА» поддерживается разработками специализированных конструкторских бюро холдинга Machinery & Industrial Group N.V. Машины ЧЕТРА оснащаются телематическими терминалами со встроенными приемниками ГЛОНАСС, благодаря чему в режиме реального времени можно отслеживать местоположение машины, скорость ее движения и техническое состояние: расход топлива, аварийные значения давления и температуры в двигателе и трансмиссии.
- Для осуществления бесперебойной работы организована специализированная сервисная компания, обеспечивающая гарантийное и постгарантийное сервисное обслуживание и ремонт производимой предприятиями холдинга техники, а также обучение операторов и сервисных инженеров.

- Сегодня ЧЕТРА входит в состав «Концерн Тракторные заводы» (Machinery & Industrial Group N.V.), объединяющего более 20 предприятий (производственных, инжиниринговых, сервисных, торговых).
- **Миссия концерна.** Создание цепочки ценностей через предоставление потребителям по доступным ценам техники с возможностями, превосходящими их ожидания.
- **Стратегическая цель концерна.** Удержание и дальнейшее укрепление лидирующих позиций на российском рынке легкого и тяжелого машиностроения, а также увеличение объемов продаж на международных рынках.

Успехи в 2018-2020 гг.

«ЧЕТРА» – российская компания, эксклюзивно реализующая технику промышленного назначения и запасные части под брендом «ЧЕТРА».

Позиционирование в премиум-сегменте по качеству и техническому оснащению, при этом существенно дешевле бенч-марок. (Основная бенч-марка – Komatsu, а также Caterpillar, Liebherr).

Занимает самую большую долю рынка среди российских производителей бульдозерной техники.

С 2013 г. емкость российского и зарубежных рынков падает, при этом доля рынка «ЧЕТРА» растет.

Успешно противостоит демпингу со стороны китайских компаний.

С 2018 г. компания кратно наращивает объемы продаж и увеличивает свою долю рынка во всех сегментах. При этом доля китайских производителей в России падает.

Стала весомым игроком по производству ходовых систем уже в ряде стран дальнего зарубежья (в т.ч. для техники Komatsu и Caterpillar).

В 2020 году растут объемы экспорта.