

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК НА РЫНКЕ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Рынок химической продукции характеризуется высокой степенью технологичности, сложностью продукции и строгостью нормативно-правового регулирования, что оказывает непосредственное влияние на выбор и специфику использования инструментов интернет-продвижения. В отличие от массовых потребительских товаров, продвижение в химической отрасли требует учета специфики целевой аудитории, особенностей B2B-коммуникаций, а также необходимости точной и достоверной подачи информации о продукции.

Целевая аудитория компаний химического сектора, как правило, представлена другими производственными предприятиями, научно-исследовательскими организациями, закупочными подразделениями крупных корпораций, государственными структурами, а также сетями специализированных магазинов, реализующих продукцию конечным потребителям. Такая структура аудитории обуславливает необходимость использования инструментов интернет-продвижения, направленных как на установление профессиональных B2B-коммуникаций, так и на формирование узнаваемости бренда среди более широкой аудитории.

В связи с этим особое значение приобретают каналы, ориентированные на передачу экспертного контента, такие как поисковая оптимизация (SEO) технически насыщенных текстов, ведение корпоративных блогов, публикации в профессиональных онлайн-изданиях, участие в отраслевых вебинарах и онлайн-конференциях. Эти инструменты способствуют укреплению имиджа компании как надежного поставщика высокотехнологичных и безопасных решений.

Наряду с этим, возрастающую роль играют социальные сети, в том числе такие платформы, как Facebook, Instagram, LinkedIn и YouTube. Присутствие в социальных сетях позволяет расширить охват аудитории, повысить видимость бренда среди конечных потребителей и стимулировать спрос через повышение доверия к продукту. Регулярная активность в социальных сетях – публикация образовательного и демонстрационного контента, ответы на вопросы пользователей, освещение кейсов и новостей компании – способствует формированию ло-

яльности со стороны сетей розничных и специализированных магазинов, а также увеличению продаж за счёт улучшения информированности потребителей.

Примером эффективной реализации комплексного интернет-продвижения в химической сфере служит кейс компании «Химтраст», реализованный при участии агентства WebCanape. В рамках проекта были внедрены инструменты контент-маркетинга, SEO, email-рассылки, а также построен функциональный B2B-интернет-магазин. Результатом стала фиксация роста онлайн-продаж на 111% в течение одного сезона [24].

Данный пример наглядно демонстрирует потенциал комплексного подхода к интернет-продвижению в химической отрасли, где синергия различных цифровых инструментов способна обеспечить существенный рост коммерческих показателей даже в традиционно консервативных сегментах B2B-рынка.

Таким образом, использование социальных сетей в химической отрасли играет двоякую роль: с одной стороны, обеспечивает поддержание профессионального имиджа компании, а с другой – способствует популяризации продукции среди конечных потребителей, тем самым усиливая позиции бренда на рынке и способствуя росту коммерческих показателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чеботарь Н.В. Омниканальный маркетинг: инструменты и технологии // Маркетинг в России и за рубежом, №4, 2020.
2. https://doubleverify.com/four-fundamental-shifts-in-advertising-and-media-report-2022/?utm_source=blog&utm_medium=website&utm_campaign=contextual-blog&utm_term=05-2024
3. <https://www.ama.org/2024/02/20/influencer-marketing-roi-research-shows-influencers-with-smaller-followings-are-more-cost-effective/>
4. https://marketing-tech.ru/cases/webcanape/kompleksnyj-internet-marketing-dlya-b2b-111-k-prodazham-himicheskoy-produkcii/#osen_2019-strategiya_onlayn-prodvizheniya_b2b