

 **ЧЕК-ЛИСТ: «7 ошибок в продвижении промышленной компании»**

Используйте этот список для экспресс-аудита вашего маркетинга. Отмечайте пункты, которые требуют доработки, и двигайтесь от простого к сложному.

1. Попытка продать «в лоб» холодной аудитории

Почему критично: В B2B цикл сделки длится от 1 до нескольких месяцев. Прямая реклама «Купите оборудование» отпугивает тех, кто ещё не сформулировал задачу или не оценил бюджет.

Как исправить: Сегментируйте сообщения по лестнице Ханта. Для «холодных» — экспертные материалы, расчёты окупаемости, отраслевые отчёты. Коммерческие предложения показывайте только после взаимодействия с контентом.

Проверьте: Есть ли на сайте разделы, которые не продают, а обучают?

2. B2C-риторика вместо технических аргументов

Почему критично: Промышленные заказчики принимают решения на основе данных: ГОСТы, протоколы испытаний, сроки службы, ROI. Эмоциональные слоганы не конвертируют.

Как исправить: Делайте акцент на спецификациях, 3D-моделях, сертификатах, кейсах с цифрами («снижение брака на 22%», «экономия 1.4 млн Р/год»).

Проверьте: Можно ли за 30 секунд найти на сайте техдокументацию или паспорт изделия?

3. Игнорирование информационных SEO-запросов

Почему критично: 60–70% пути клиента проходит в фазе изучения проблемы. Если вас нет в выдаче по запросам «как выбрать гидравлический пресс», вы теряете лиды на старте.

Как исправить: Создайте «Базу знаний» с гайдами, инструкциями, ответами на технические вопросы. Оптимизируйте страницы под информационные ключи с формой подписки на полезные материалы.

Проверьте: Приносят ли органические переходы по информационным запросам хотя бы 30% от общего трафика?

4. Неадаптированный сайт под роли ЛПР

Почему критично: Инженеру нужны чертежи, закупщику — условия поставки и НДС, руководителю — ROI и сроки реализации. Универсальная страница теряет всех.

Как исправить: Сегментируйте контент: отдельные разделы/лендинги под задачи ролей. Добавьте быстрый доступ к каталогам, сертификатам, форме запроса КП и онлайн-консультанту с инженером.

Проверьте: Может ли каждый тип ЛПР найти «свои» материалы за 2 клика?

● 5. Отсутствие системы сервиса (вращения лидов)

Почему критично: Промышленные клиенты не покупают после первого визита. Без автоматических цепочек контакты «остывают» и уходят к тем, кто на связи.

Как исправить: Настройте email/мессенджер-последовательности с контентом, соответствующим этапам лестницы Ханта. Используйте CRM для трекинга активности и напоминаний менеджерам.

✓ *Проверьте:* Получает ли лид, не готовый к покупке, регулярную полезную рассылку в течение 30–90 дней?

● 6. Ориентация на трафик, а не на качество заявок

Почему критично: Много кликов ≠ много контрактов. Без сквозной аналитики вы не видите, какие каналы приносят реальные сделки, а какие сливают бюджет.

Как исправить: Интегрируйте сайт, рекламу и CRM. Отслеживайте конверсию не в заявку, а в квалифицированный лид и закрытую сделку. Оптимизируйте бюджет по ROMI, а не по CTR.

✓ *Проверьте:* Можете ли вы назвать стоимость привлечения одного закрытого контракта по каждому каналу?

● 7. Игнорирование постпродажного взаимодействия

Почему критично: В промышленности LTV клиента в разы превышает первую сделку. Без сервиса, обучения и напоминаний вы теряете до 40% потенциальной выручки и рефералов.

Как исправить: Запустите программу лояльности, регулярные технические рассылки, предложения на модернизацию и сервисные контракты. Системно собирайте отзывы и формируйте кейсы.

✓ *Проверьте:* Есть ли у вас план коммуникации с клиентом на 3, 6 и 12 месяцев после отгрузки?

💡 **Итог:** Если вы отметили более 3 пунктов, ваша воронка требует системной доработки. Промышленный маркетинг не терпит хаотичных действий — каждый этап должен работать на переход клиента по лестнице осознанности.

📄 *Хотите, чтобы аудит провели эксперты?*

Команда **Berdck.org** поможет выстроить продвижение производственной компании от первого касания до подписания контракта. закажите бесплатный анализ проекта и получите персональный план исправления ошибок.

Продвижение в B2B — это не спринт, а марафон с четкой картой маршрута.