

Ежегодная международная научно-практическая конференция
«РусКрипто'2019»

Как рассказать аудитории о технически сложных продуктах

Илья Шабанов

Генеральный директор, Anti-Malware.ru

Прописные истины

1. Определитесь с целевой аудиторией
2. Определитесь с маркетинговыми задачами
3. Сравните различные инструменты
4. Не ждите быстрого эффекта
5. **Контент не продает!**



Контент влияет на эти два этапа в воронке продаж



A word cloud centered around the phrase "Content Marketing". The words are arranged in a roughly circular shape, with "Content Marketing" being the largest and most prominent. Other words include "Blog", "Video", "Twitter", "Email", "Newsletter", "Copywriting", "Flickr", "YouTube", "Picasa", "Google", "Tumblr", "Instagram", "Audio", "Text", "Photography", "Blogging", "Google Plus", "Podcast", "SoundCloud", and "Facebook". The words are in various shades of brown and tan, with some in a darker, more saturated brown.

Content Marketing

Blog

Video

Twitter

Email

Newsletter

Copywriting

Flickr

YouTube

Picasa

Google

Tumblr

Instagram

Audio

Text

Photography

Blogging

Google Plus

Podcast

SoundCloud

Facebook

Vimeo

Форматы текстового контента (B2B)

- Новости (пресс-релизы)
- Экспертные статьи (авторские колонки)
- Интервью
- Практические статьи (кейсы, white papers)
- Продуктовые статьи (обзоры продуктов)
- Рыночная аналитика
- Сравнения, тесты
- Специальные проекты
- E-mail рассылки



Эффективность текстового контента (B2B)

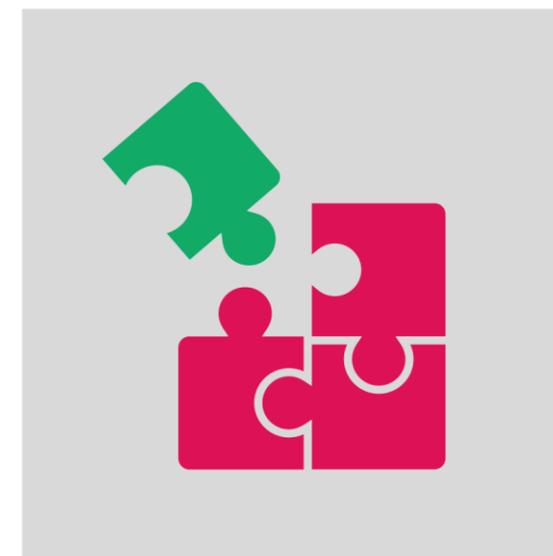
Формат	Количество контактов	Ресурсоемкость	Стоимость размещения
Новости	Низкое	Низкая	Бесплатно
Экспертные статьи	Среднее	Средняя	Бесплатно
Интервью	Среднее (или высокое)	Низкая	Низкая (или бесплатно)
Практические статьи	Высокое	Средняя	Средняя
Продуктовые статьи	Высокое	Высокая	Средняя
Рыночная аналитика	Очень высокое	Высокая	Бесплатно
Сравнения и тесты	Очень высокое	Высокая	Бесплатно
Рассылки	Низкое	Низкая	Низкая
Специальные проекты	Высокое	Высокая	Высокая

Нюансы подготовки контента

- Высокое качество
- Уникальность
- Экспертность
- Без лишних технических деталей

«Технарям» интересны детали, но они не принимают решение о покупке

Фичи продукта вторичны, важны решаемые задачи и выгода от использования



Как НЕ нужно делать

- Придумывать сомнительные новостные поводы
- Предлагать одинаковый текст разным сайтам
- Предлагать СМИ явно рекламные статьи как «интересные»
- Пытаться все писать самим и изобретать велосипед
- Предлагать бартер



Примеры плохих новостей

- Пост-релизы о мероприятиях
- Радость получения очередной награды
- Добавление мелких функций в продукт
- Выпуск новой версии с непонятной ценностью для клиента
- Подтверждение совместимости, получение сертификатов

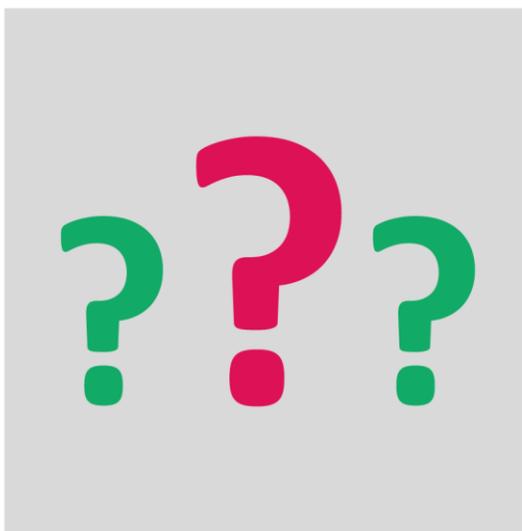


Набирающие популярность форматы

- Видео-ролики
 - + Миллениалам привычнее видео
 - Плохо подходит для сложных продуктов
- Публикации в соцсетях
 - + Прямой контакт с аудиторией
 - Слабая вовлеченность и эффективность



Вопросы



Контактная информация

Электронная почта: Ilya.shabanov@anti-malware.ru

Телефон: +7 903 792-44-53

Facebook: facebook.com/antimalwareru

Telegram: [@anti_malware](https://t.me/@anti_malware)

Сайт: www.anti-malware.ru

