



# Цифровой Маркетинг и Интернет-продажи



ОТП



## О чём мы расскажем

- Цифровые тренды
- Цифровая экосистема ФосАгро
- Цифровой маркетинг

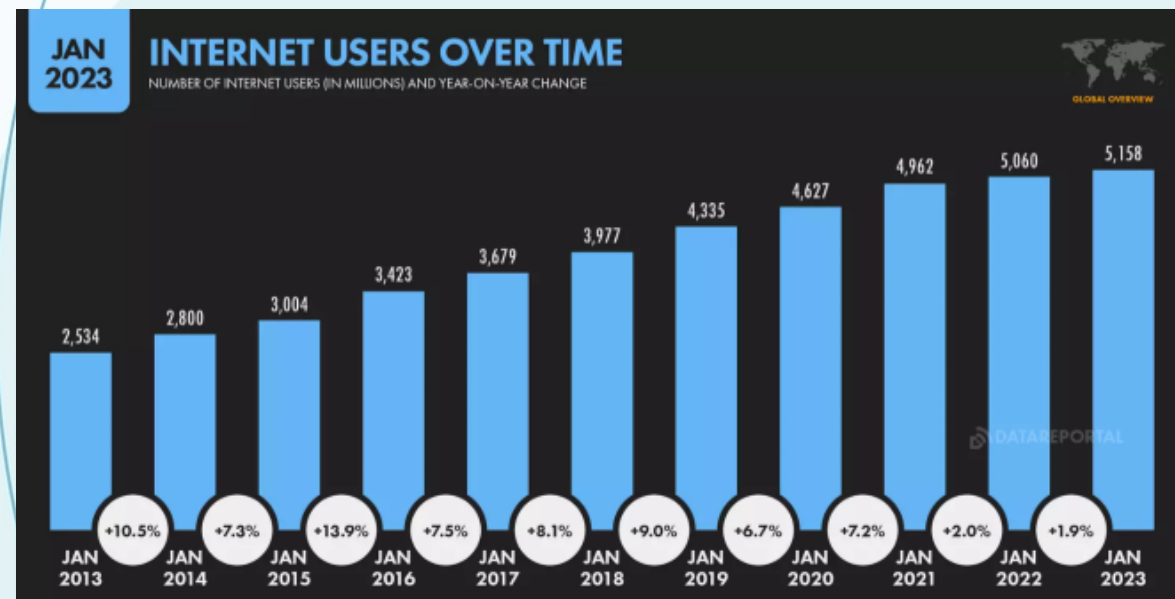
# Цифровые тренды

# Немного цифр: Мир

- **64,4%** мирового населения имеют **доступ в интернет**. За год количество **выросло на 1,9%**.
- На начало 2023 года **соцсети** насчитывают **4,76 миллиарда пользователей**, это почти 60% от мирового населения. Темпы роста аудитории замедлились — за год составил всего 3%.

## С какой целью пользователи идут в Интернет:

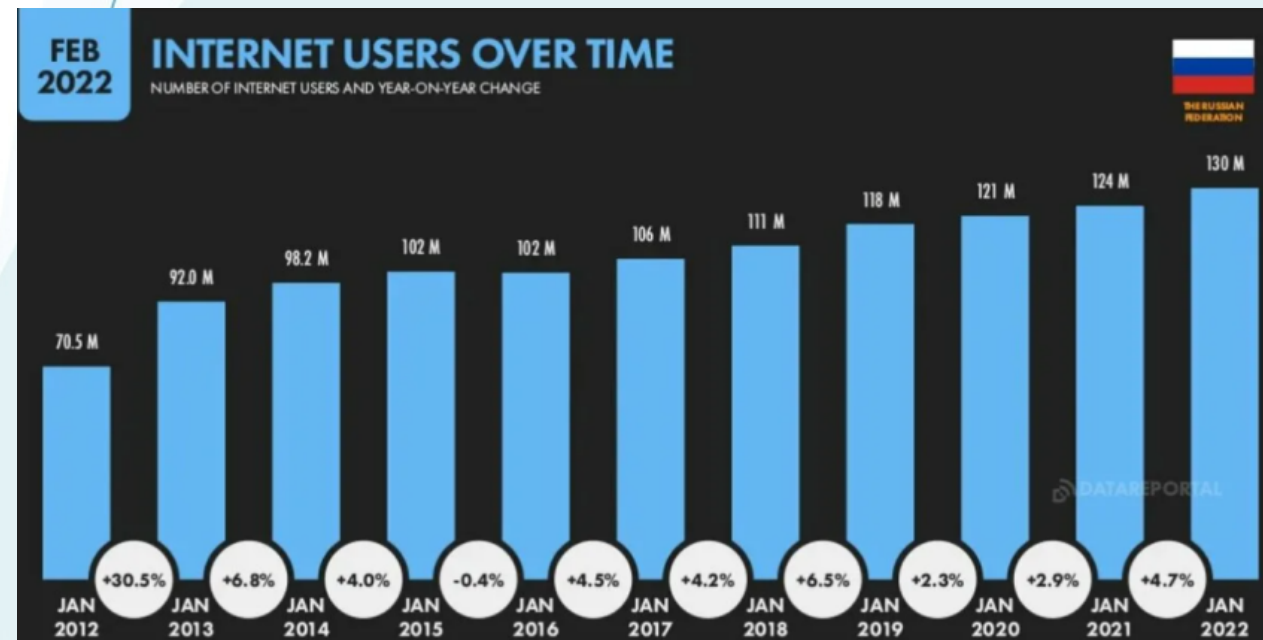
- чтобы найти информацию (57,8%)
- чтобы поддерживать связь с друзьями и семьей (53,7%)
- чтобы быть в курсе новостей и текущих событий (50,9%)
- чтобы смотреть видеоролики, сериалы или кино (49,7%).





# Немного цифр: Россия

- На начало 2023 года в РФ насчитывалось **127,6 млн интернет-пользователей**, проникновение интернета составляет **88,2%**.
- В январе 2023 года в России было **1060 млн** пользователей социальных сетей, что составляет **73,3%** от общей численности населения.
- Наиболее часто используемые соцсети в России (% от общего числа пользователей социальных сетей): **VK 75,3%**, **WhatsApp 71,5%**, **Telegram 64,4%**, **Одноклассники 43,5%**, **TikTok 42,6%**.
- Главный критерий выбора площадки для онлайн-покупок — **бесплатная доставка** (для 63% россиян). На втором месте **отзывы покупателей** (47,2%), на третьем — **скидки/купоны** (42,3%).



# Немного цифр: Россия

Среднемесячная аудитория интернета (РФ, март- август 2022)



# Интернет-тренды 2022-2023\*

**-3,6%**

Снижение объема  
рынка рекламы  
Q1-Q3 2022

АКАР Ноябрь 2022

Объем рынка рекламы в средствах её распространения, млрд Р без НДС



- Снижение доли импульсивных и премиальных покупок
- Дальнейший быстрый рост доли онлайн
- Быстрый рост онлайн-продаж там, где проникновение eCommerce ещё невелико
- Взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах

## Яндекс Финансовые результаты

Выручка юнита «Поиск и портал»	2021	2022	YoY
Квартал 1	35 млрд Р	44 млрд Р	25%
Квартал 2	39 млрд Р	51 млрд Р	31%
Квартал 3	42 млрд Р	61 млрд Р	45%

Источники: Финансовые результаты за [квартал], [квартал] и [квартал] 2022 года



**В Q3 2022 г. падение объёма рынка онлайн рекламы стало восстанавливаться и приблизилось к данным 2021 года.**

# Интернет-тренды 2022-2023\*

- **Персонализация товарного предложения**

Использование искусственного интеллекта в сочетании с увеличением сбора данных из разных источников сделали возможным гиперперсонализацию всего – от контента до дизайна.

- **Переход к социальной коммерции**

Продажа через социальные сети товаров и услуг компаний

- **Использование видеомаркетинга**

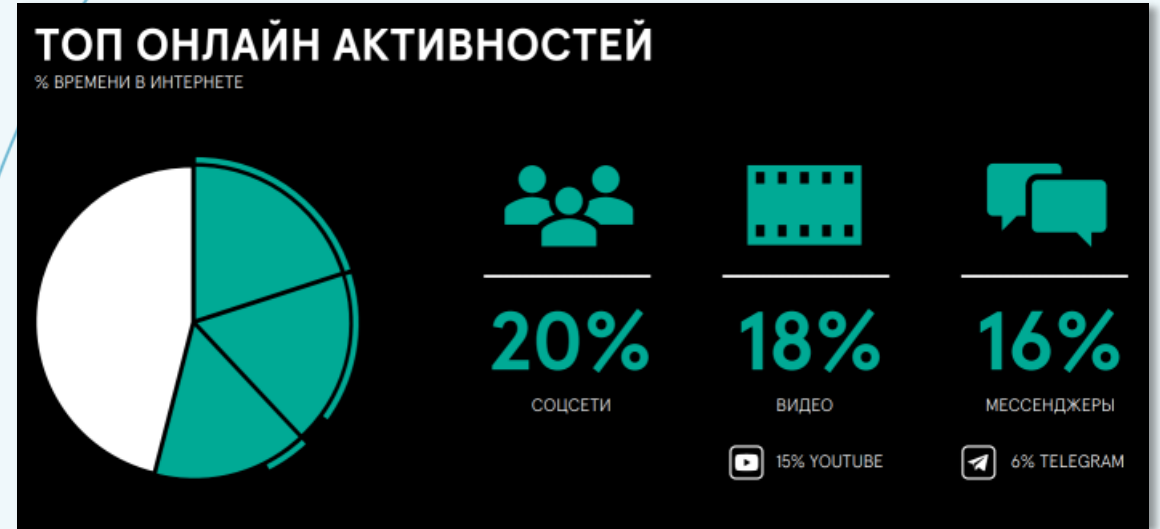
Исследования показали, что на видеоконтент приходится 82% всего онлайн-трафика. Также более 84% потребителей принимают решение о покупке продукта именно после просмотра видео.

- **Многоканальный маркетинг**

это объединение пользовательского опыта в онлайн и офлайн, симбиоз диджитала и физического взаимодействия с покупателем. Путь к покупке может начинаться с поисковой системы, проходить через платный контент, соцсети, интернет-магазин, офлайн-точки и так далее. При этом важно синхронизировать каналы между собой, соблюдая единство коммуникаций.

- **Использование платформы клиентских данных (CDP)**

CDP – это «умная» технология, которая объединяет данные клиентов из нескольких источников, а затем предоставляет их другим приложениям. С ее помощью бизнес может объединять все свои данные от продаж до маркетинга и синхронизировать их для создания индивидуального многоканального опыта.



# В2В e-commerce: вызовы продажного времени

В2В e-commerce существенно обгоняет В2С e-commerce по объемам продаж



В2В  
\$10.6 трлн

Индустрия e-commerce ежегодно **растет на 23%**



Во всем мире большая часть электронной коммерции – это В2В

Россия стремительно входит в ряды прогрессивных стран в сфере e-commerce



- **Неизбежность перехода** на следующую ступень реальности, где лидирует В2В бизнес с передовыми технологиями
- **Важность персонализации** взаимодействия с клиентами и партнёрами на автоматизации с применением AI (искусственный интеллект), таргетинга и других онлайн-инструментов
- **Необходимость Digital-трансформации** схемы сбора и обработки заказов, которая позволит ускорить рабочие процессы и повысить продажи
- **Потребность внедрения цифровых преобразований** в службу продаж и маркетинга - для сокращения затрат и ускорения доставки важной информации

Лучшие игроки В2В, задействующие веб-инструменты, имеют **доходы на 3,5% выше** и **на 15% больше прибыльность**, чем остальные b2b-участники.



# Цифровизация АПК

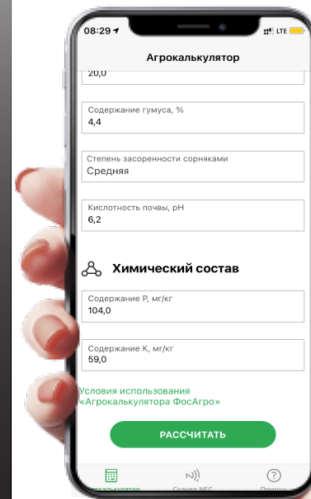
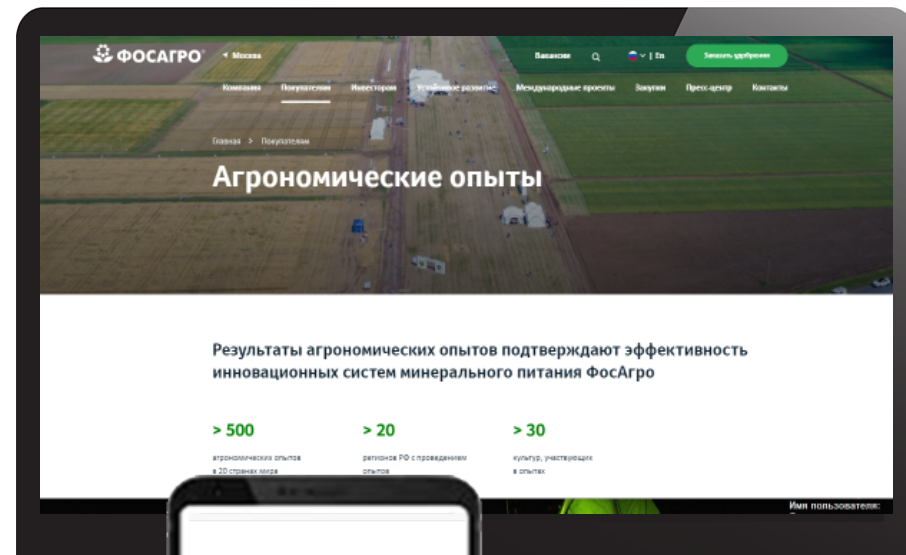
Рис. 2. Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы по отраслям: 2021



11,4% - средний индекс цифровизации в сельском хозяйстве России (один из самых низких показателей среди ключевых отраслей в РФ). При этом аграрный сектор находится в лидерах по динамике цифровой трансформации (плюс 1, 9 пункта).

По оценкам Минсельхоза, в 2020 российский рынок цифровых технологий в АПК составлял около 360 млрд руб., а к 2026 он может увеличиться в 5 раз.

# Цифровая экосистема ФосАгро

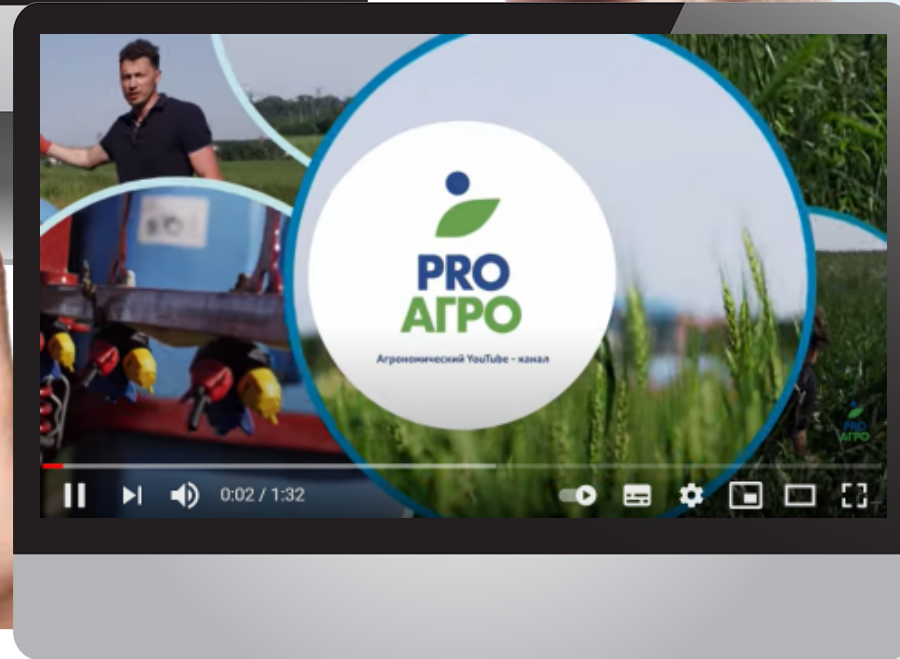
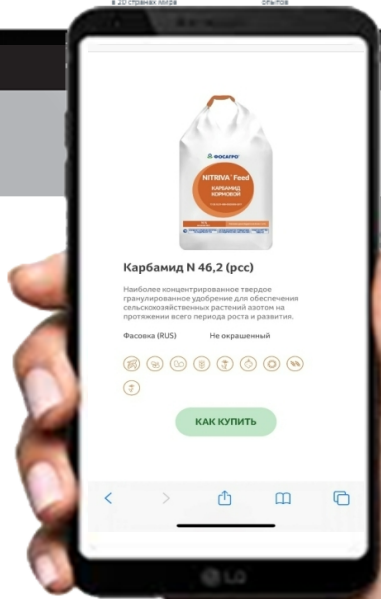


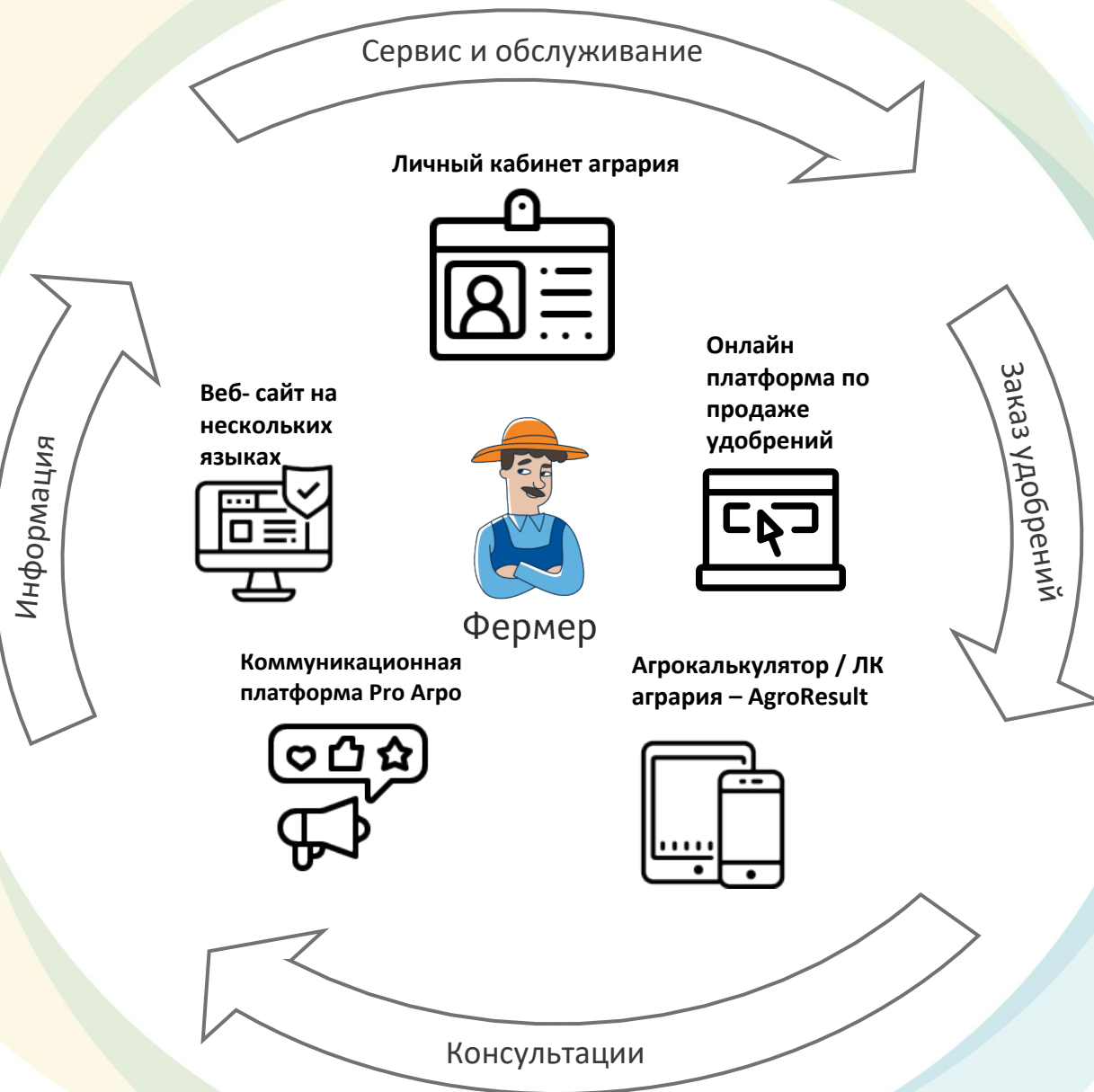
**2019:** ГК ФосАгро взяла курс на **цифровизацию взаимоотношений** с клиентами, партнёрами, поставщиками.

Это привело к созданию цифровой среды, в которой все, кто взаимодействует с ФосАгро, могут бесшовно **переходить между офлайн и онлайн каналами**, выбирая наиболее удобный для них способ получения информации, доступ к экспертизе, или канал совершения покупки и дальнейшего обслуживания.

**За 2020 - 2022 гг.** произошло более **17 миллионов** контактов целевой аудитории с цифровой экосистемой ФосАгро.

Лояльная аудитория, постоянно использующая цифровые платформы и сервисы ФосАгро, по состоянию на декабрь 2022 года превысила **47 тысяч пользователей\*\***.





- **Коммуникационная платформа Pro Agro**, состоящая из: Агрономического YouTube-канала, сообществ в Вконтакте, Одноклассниках и Дзене
- **Онлайн Торговая Платформа** для заказа минеральных удобрений
- **Мобильное приложение AgroResult:** Агрокалькулятор и личный кабинет агрария
- **Корпоративный сайт**, переведённый на несколько языков.
- **Образовательная экосистема**, состоящая из сети **региональных образовательных центров** ФосАгро во главе с флагманским образовательным центром в Тимирязевской Академии;  
**Образовательной программы ФосАгро «От руды до Еды»**, которую интегрировали в 40 российских аграрных университетов;  
**Платформы Pro Agro Лекторий** - первая образовательная онлайн- платформа ФосАгро

# Подпишитесь на цифровой источник агрономической экспертизы



Более 10 миллионов просмотров за 2,5 года  
Более 17 тыс. подписчиков за 2,5 года

Pro Agro YouTube

**200+**

видео  
ролики и плейлисты



Pro Agro ВКонтакте

**200 +**

публикаций

посты и видео



Pro Agro Одноклассники

**100 +**

публикаций

посты и видео



Pro Agro Дзен

**100 +**

публикаций

статьи и видео





# Коммуникационная платформа Pro Агро



АраSil® на картофеле | +22%  
урожайности!



Технологии возделывания  
кукурузы в условиях Кубани



Управление засухой

- Рассказываем о правильных технологиях и эффективных системах питания
- Итоги агрономических опытов с применением продукции ФосАгро
- Критерии оценки степени засухи
- Микроэлементы и урожайность
- Технология создания новых сортов картофеля
- И много другое

# Заказ минеральных удобрений в 2 клика

## Получить информацию о наличии и цене (РФ, СНГ)

Тема сообщения

Получить информацию о наличии и цене (РФ, СНГ)

Ваше сообщение

Имя

Компания

Телефон

E-mail



### РЕГИСТРАЦИЯ

#### 1 Проверка электронной почты представителя

Для регистрации, необходимо ввести адрес электронной почты представителя.  
Указанный Вами адрес будет логином к личному кабинету. Доступ в личный кабинет возможен только для сельхозтоваропроизводителей.

Адрес электронной почты представителя \*

ПРОДОЛЖИТЬ

#### 2 Проверка организации

#### 3 Информация о компании

#### 4 Информация о представителе

# Персонализированное товарное предложение



Персонализация товарного предложения ФосАгро способствовала переходу от отдельных видов продукции к внедрению комплексных систем минерального питания растений, включающих применение сразу нескольких видов удобрений, в том числе с биодобавками, в дозах, соответствующих индивидуальным почвенно-климатическим условиям и целевым показателям урожайности



При достаточном объеме данных и отработанных алгоритмах персонализированное предложение даёт большую экономическую выгоду



Персонализированные системы питания помогают в итоге получать большее количество здоровых продуктов питания с лучшей рентабельностью производства

# Агрокалькулятор ФосАгро

## Расчет потребности в элементах

### Параметры поля

Регион  Площадь посева, га

### Культура

Засеваемая  Предыдущая  Планируемый урожай, тонн с га

### Почва

Плотность почвы, г/см<sup>3</sup>  Механический состав почвы

Толщина пахотного слоя, см  Содержание гумуса, %  Степень засоренности сорняками

Кислотность почвы, pH

### Химический состав

Содержание P, мг/кг  Содержание K, мг/кг



## РЕКОМЕНДУЕМЫЕ МАРКИ УДОБРЕНИЙ ДЛЯ КАРТОФЕЛЯ

На основании сделанного расчёта вам могут подойти следующие марки удобрений:



Осень



Весна



### Диаммофоска Araviva NPK(S) 10:26:26(2) (pcc)

Классическое комплексное удобрение, используемое в традиционных системах земледелия в качестве основного удобрения как под пропашные культуры с осенней вспашкой, так и под озимые культуры. Его применение особенно выгодно в почвенных зонах с низким содержанием подвижного фосфора и калия, где отзывчивость культурных растений на диаммофоску выше, чем на плодородных почвах.

Фосовка (RUS)

Неокрашенный

0.67 Т

КАК КУПИТЬ

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ТЕХНИКЕ

Исходя из ваших данных и результата расчета, для эффективного ухода за урожаем, вам рекомендована следующая техника:



### Разбрасыватель центробежный ZA-M 900 модификация RSZA102

Продавец: Евротехника АО

Производительность: 20 га/ч

ПЕРЕЙТИ НА САЙТ РОСАГРОЛИЗИНГ



### Разбрасыватель удобрений Exacta CL 1100 с крышкой бункера

Продавец: Квериланд Групп СНГ ООО

Производительность: 36 га/ч

ПЕРЕЙТИ НА САЙТ РОСАГРОЛИЗИНГ



# AgroResult: Агрокалькулятор и заказ удобрений в вашем смартфоне

Более **100**  
расчётов в неделю

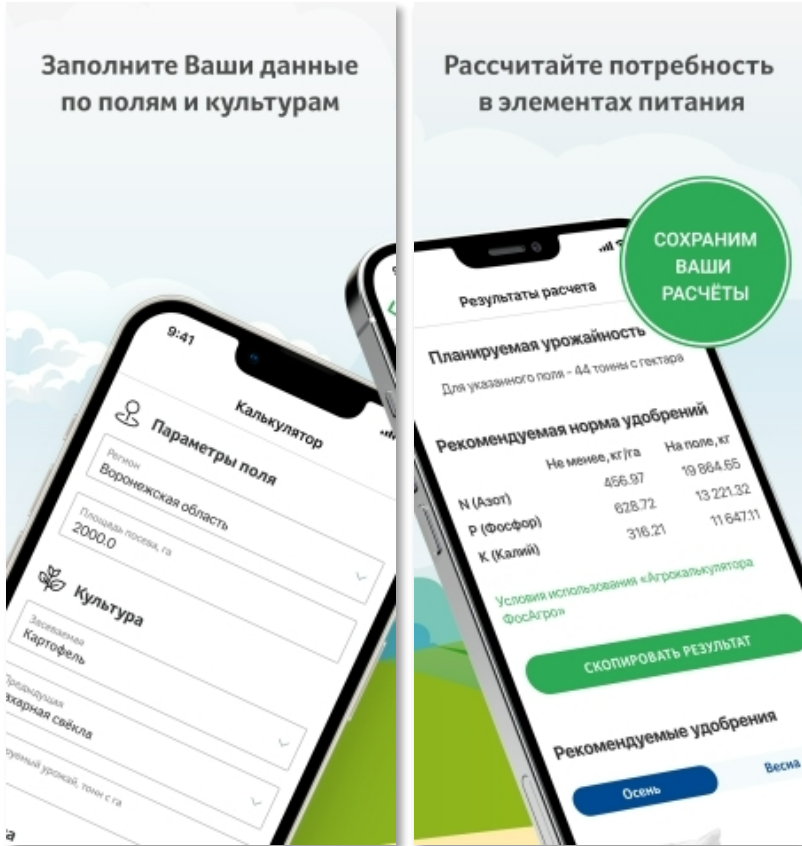
**10** культур

**20** сезонных систем питания

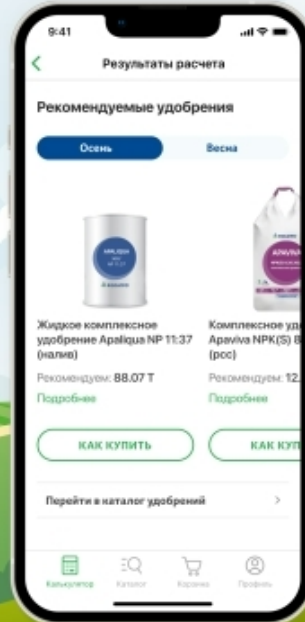
**20+** марок удобрений

до **30**  
заказов в месяц

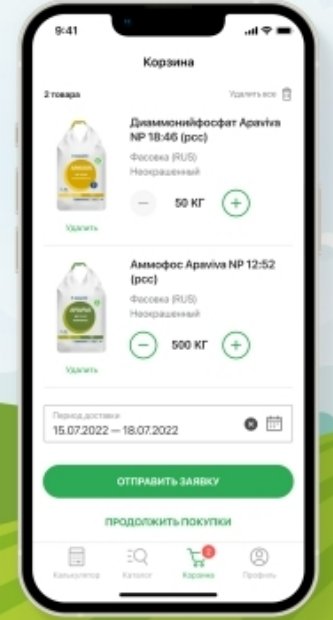
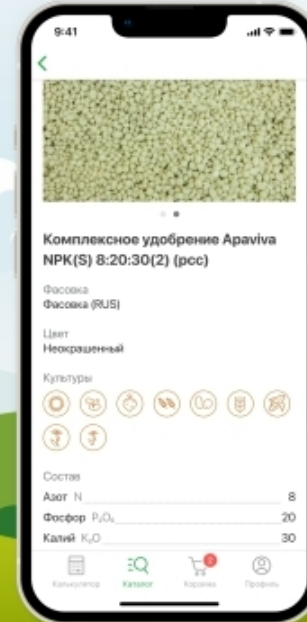
Оформляйте заявки  
прямо в приложении



Получите рекомендации по маркам удобрений и объёму внесения



Получите подробную информацию о продукте







# Интерактивный каталог с результатами опытов на phosagro.ru

**Удобрения**

В ассортименте ФосАгро более 50 марок гранулированных и жидких минеральных удобрений, которые помогают аграриям в 100 странах мира на всех обитаемых континентах управлять урожаем и заботиться о сохранении плодородия и здоровье местных почв.

Удобрения ФосАгро имеют одни из лучших в мире показателей чистоты: они практически не содержат кадмия и других вредных примесей.

**Экопреимущества продукции ФосАгро**

Результаты **агрономических опытов** подтверждают эффективность инновационных систем минерального питания ФосАгро.

Мы постоянно работаем над улучшением качества продукции и просим Вас пройти небольшой **опрос**. Он займет не более 5-ти минут.

**>50**  
марок удобрений



**Список опытов (по регионам РФ)**

Регионы Кarta

Все Все

Место проведения опыта	Культура	Название опыта
Московская область	Кукуруза на силос СОРТ: ГИБРИД НИКИТА	Использование жидкого комплексного удобрения и серосодержащего комплексного гранулированного удобрения в оптимизированной технологии выращивания силосной кукурузы на дерново-подзолистой почве.
Московская область	Подсолнечник СОРТ: ГИБРИД ДГ 5377	Использование жидкого комплексного удобрения и серосодержащего комплексного гранулированного удобрения в технологии выращивания подсолнечника на дерново-подзолистой почве.
Московская область (Одинцовский район)	Свекла столовая СОРТ: ДОБРЫНЯ	Разработка системы применения удобрений под свёклу столовую на дерново-подзолистой почве для получения высокоурожайной, высококачественной и безопасной продукции.
Московская область (Одинцовский район)	Морковь СОРТ: МАРГОША	Разработка системы применения удобрений под морковь на дерново-подзолистой почве для получения высокоурожайной, высококачественной и безопасной продукции.
Калужская область	Картофель СОРТ: РЕД СКАРЛЕТТ	Изучение влияния жидких и гранулированных фосфорсодержащих удобрений на урожайность и качество клубней продовольственного картофеля на серой лесной почве.

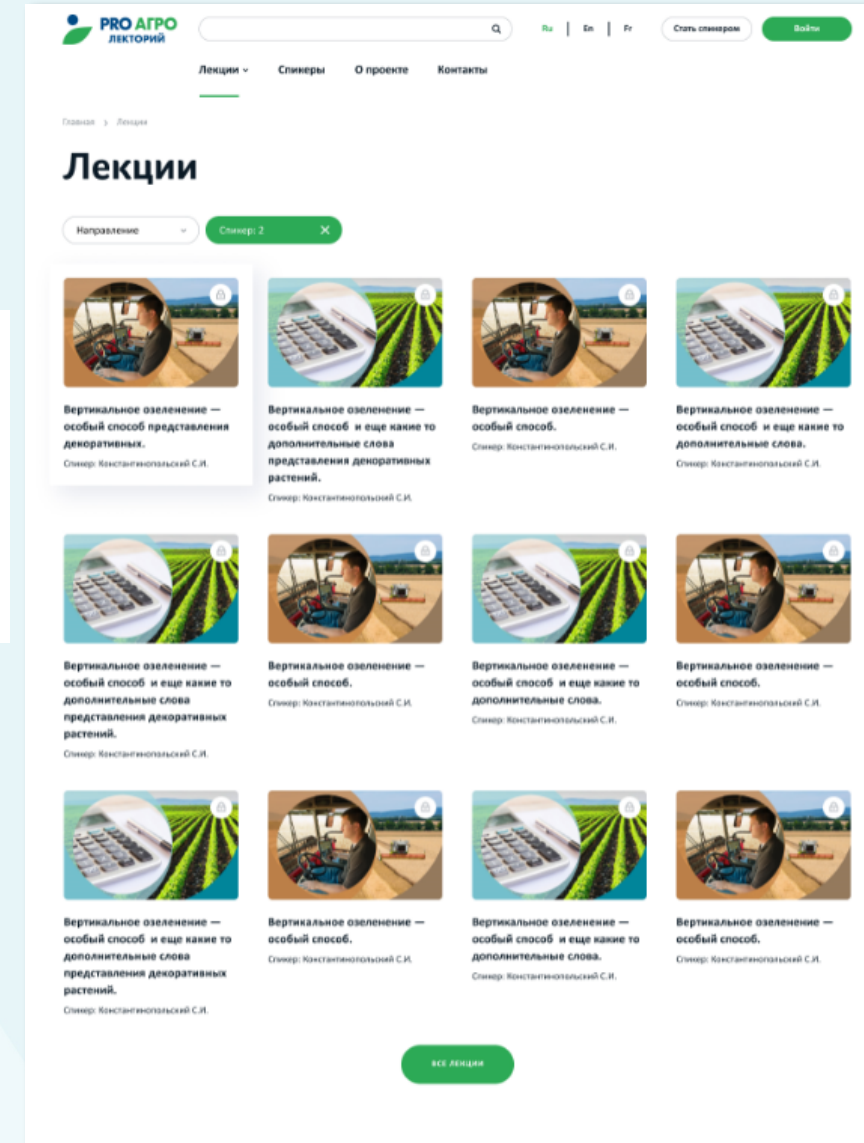
# Образовательная платформа Pro Агро Лекторий

Платформа Pro Агро Лекторий позволяет:

- Получать **знания** в сфере современного **сельского хозяйства** не только студентам и преподавателям, но и аграриям;
- Повысить **осведомлённость выпускников аграрных ВУЗов** о **получаемой профессии** в аграрной сфере, как одной из наиболее перспективной в будущем;
- Получать **дополнительное профессиональное образование** в аграрной сфере сельхозтоваропроизводителям;
- Выпускникам аграрных ВУЗов **трудоустроиваться** в сфере сельского хозяйства, а работодателям получать кадровые ресурсы высокой квалификации;

Платформа включает в себя:

- более **350 онлайн-лекций** от ключевых сотрудников нашей компании и партнёров отрасли
- возможность получить **ДПО**
- рейтинги преподавателей (в будущем)
- рейтинги студентов для дальнейшего трудоустройства



# Интернет-маркетинг

# Обзор инструментов онлайн продвижения

## Осведомлённость

Цель: повысить узнаваемость бренда/компании/продукта

- Медийная реклама
- Видеореклама

## Интерес

Цель: повысить интерес к продукту

- Видео-реклама
- Контент маркетинг
- Маркетинг в соцсетях (SMM)
- Продвижение в поисковых системах (SEO)
- Партнёрские интеграции

## Желание/Покупка

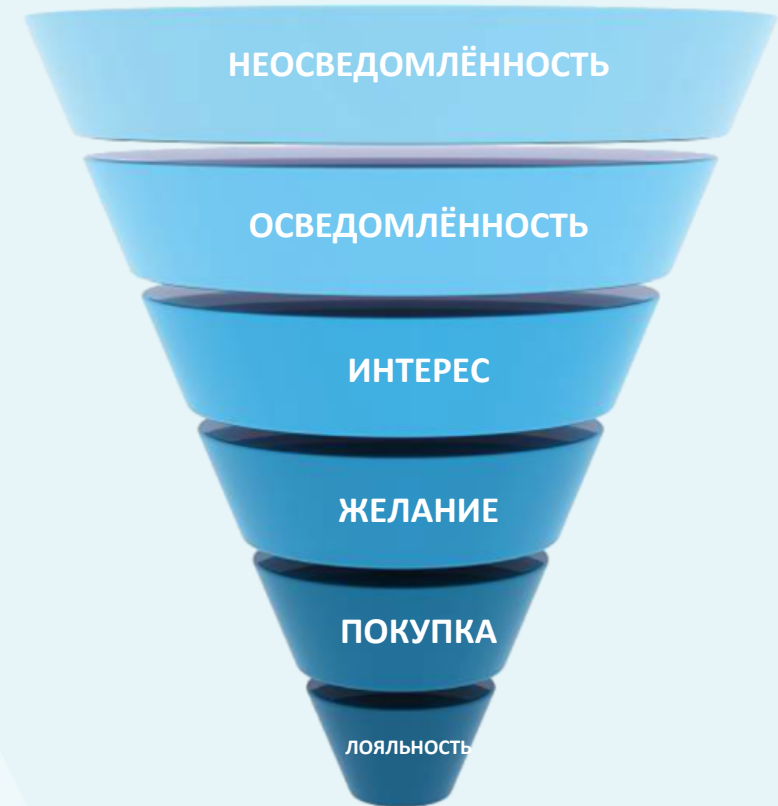
Цели: инициировать желание приобрести/увеличить продажи (заявки на покупку)

- Контекстная реклама
- Таргетированная реклама
- Работа с лидерами мнений (Influence маркетинг)

## Лояльность

Цель: повысить лояльность клиента

- Ретаргетинг/ремаркетинг
- Email-маркетинг (собственная база клиентов)
- SMS-рассылки
- Push-уведомления
- Программа лояльности





# Контент маркетинг как инструмент вывода на рынок нового продукта: российский рынок

**Российский рынок:** рекламная кампания по продвижению цинковых удобрений, направленная на информирование потребителя.

**Основная задача** – рассказать потребителю, почему цинк является важным микроэлементом в с/х и как можно улучшить продуктивность и качество продукции, используя комплексные минеральные удобрения с содержанием цинка.

**Цель рекламной кампании** – охватить максимальное количество сельхозпроизводителей (аграриев) с целью информирования их о пользе цинковых удобрений.

**Посадочная страница** – [статья](#) о пользе цинка, размещенная на Онлайн Торговой Платформе ФосАгро.

**Продвижение:** рекламная кампания запущена в Яндекс Директе (рекламная сеть Яндекс (РСЯ)) и в Google Ads (контекстно-медийная сеть (КМС)).

Период рекламной кампании: 4 месяца (17.05.21 – 08.09.21)

**7 876** просмотров статьи

**3 604** уникальных посетителей статьи

**7** заявок на покупку МУ

Рост запросов в Яндексе по «цинковые удобрения» на 86% в августе 2021 по сравнению с августом 2020, согласно данным Yandex.Wordstat.



# Экспертный контент как инструмент вывода на рынок нового продукта: французский рынок

Французский рынок: рекламная кампания по продвижению жидкого удобрения на основе полифосфатов (APP), направленная на информирование потребителя.

**Основная задача** - вызвать интерес к жидким удобрениям на основе полифосфатов (APP).

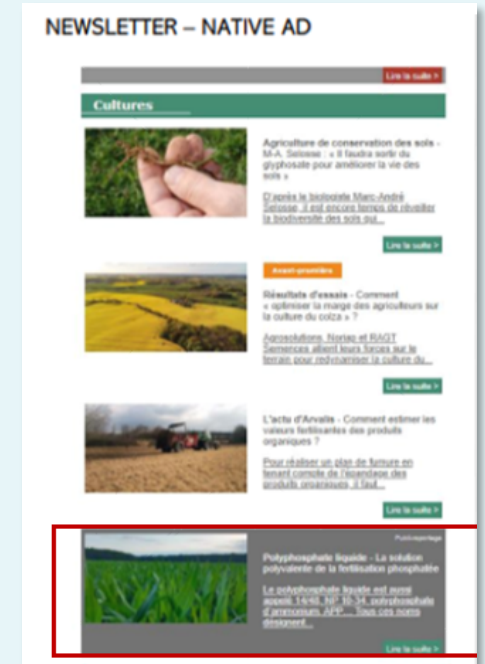
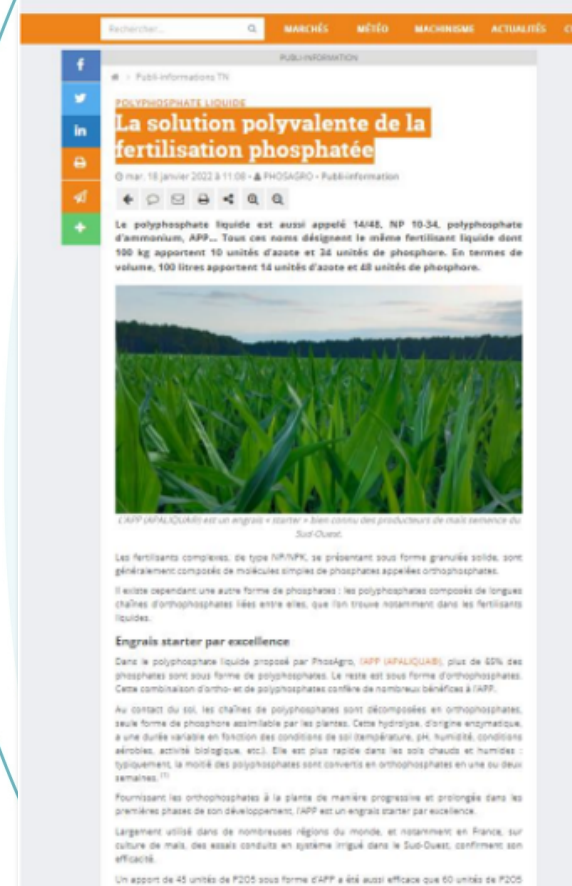
**Цель рекламной кампании** – повысить интерес к продукту, поддержать дистрибьюторов по Франции.

**Посадочная страница** – статья об удобрении APP NP 10: 34 на сайте terre-net.fr.

## Продвижение:

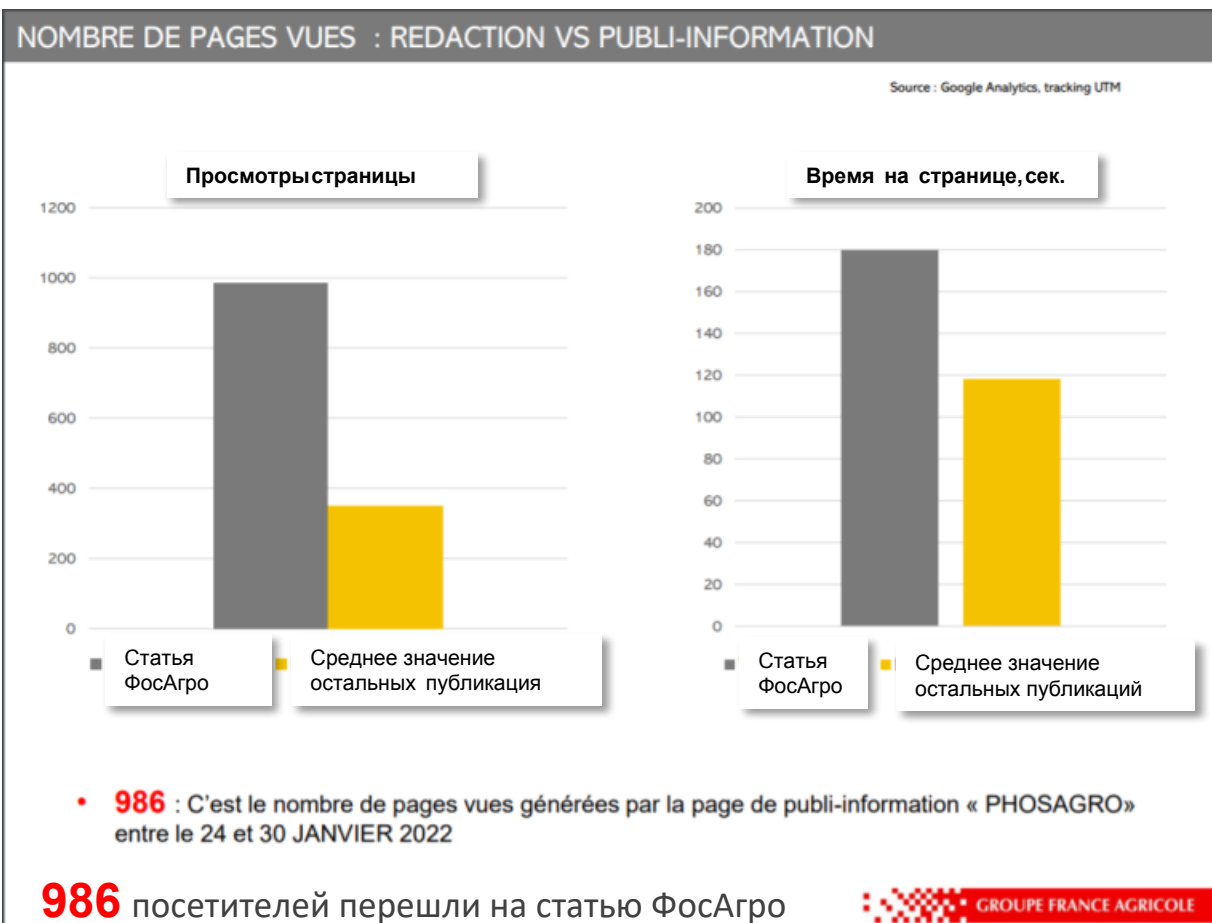
- публикация статьи на сайте terre-net.fr об удобрении ФосАгро с активной ссылкой на сайт phosagro.fr. Посещаемость сайта terre-net.fr **более 400К в месяц**.
- анонсирование статьи в новостной рассылке по базе **57 214 подписчиков**
- ротация баннера на сайте terre-net.fr

**Период рекламной кампании:** 24.01.22 – 30.01.22



# Экспертный контент как инструмент вывода на рынок нового продукта: французский рынок (результаты)

Французский рынок:



**986** посетителей перешли на статью ФосАгро за период 24/01 to 30/01/2022

**80 085** показов статьи на сайте (ротация баннера)

**19 751** показов статьи в рассылке

**986** перешли на статью

**80** посетителей перешли на сайт phosagro.fr

**35** посетителей скачали брошюру об удобрении ФосАгро

# Инструменты performance-маркетинга: кейс по увеличению количества заявок на покупку минеральных удобрений

**Российский рынок:** Рекламная кампания, направленная на увеличение количества онлайн-заявок на покупку минеральных удобрений.

**Основная задача** – привести новую целевую аудиторию и увеличить продажи через Онлайн Торговую Платформу.

**Цель рекламной кампании** – привлечь сельхозпроизводителей (фермеров) к Онлайн Торговой Платформе ФосАгро и увеличить количество онлайн-заявок на покупку минеральных удобрений.

**Посадочная страница** – [Онлайн Торговая Платформа ФосАгро](#).

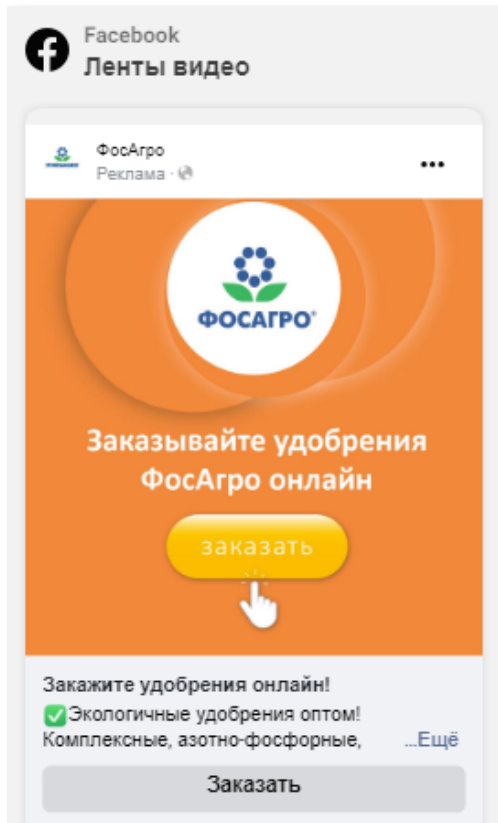
## **Продвижение:**

- Контекстная реклама в Яндексe и Google
- Реклама в рекламной сети Яндекс (РСЯ)
- Таргетированная реклама

**Период рекламной кампании:** 11.01.22 – 10.02.22



# Инструменты performance-маркетинга: кейс по увеличению количества заявок на покупку минеральных удобрений (результаты)



**79** заявок на покупку МУ из контекстной рекламы

**34** заявки на покупку МУ из рекламы в соцсетях

**19** регистраций на ОТП

Стоимость заявки вписывается в экономическую модель (Unit-экономика) за счёт регулярного анализа, оптимизации рекламных кампаний (РК), работой с креативами и посылками (call-to-action)



# Сбор пользовательских данных: современные реалии

## Мир без cookies

Cookies - это небольшие текстовые документы, которые с помощью браузера сохраняет на компьютере пользователя веб-сервер (сайт).

Cookies используются веб-серверами для идентификации пользователей и хранения данных о них. К примеру, если вход на сайт осуществляется при помощи cookies, то после ввода пользователем своих данных на странице входа, cookies позволяют серверу запомнить, что пользователь уже идентифицирован и ему разрешён доступ к соответствующим услугам и операциям.

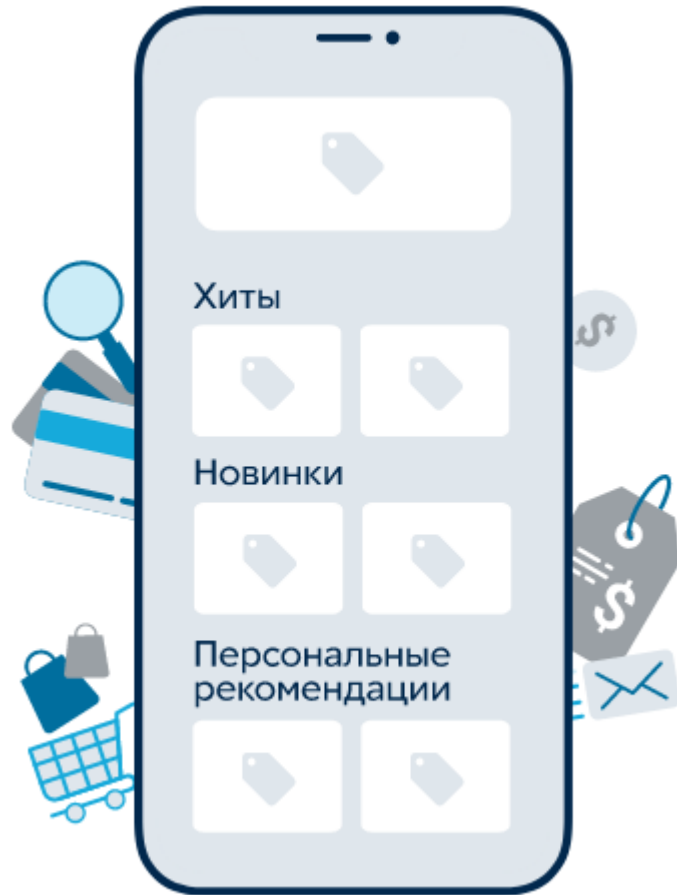
Законы, касающиеся сбора и обработки данных, ужесточаются (GDPR, ограничения использования IDFA – это аналог cookie для устройств Apple). Анализировать данные в системах аналитики становится сложнее, стоимость привлечения клиента растёт.

## Что же делать?

- Собирать данные о клиентах (регистрация, личный кабинет, подписка на email-рассылку, другие маркетинговые мероприятия)
- Обогащать данными о клиентах (анкетирование, система мотивации, интерфейсные решения)



# Пользовательские данные



## Для чего нужны данные о пользователях?

Для построения персонализированной коммуникационной стратегии и персонализированного товарного предложения

Мы сможем:

- Создать **сегментированные** маркетинговые коммуникации (e-mail рассылки, контекстная и таргетированная реклама), push-уведомления и т.д.)
- **Персонализировать** контент
- Запускать **ретаргетинговые** рекламные кампании
- Создать **look-a-like аудиторий**
- Запускать **партнёрские коллаборация** с персонализированной подачей рекомендаций по оборудованию/услуг

# Контакты



Елена Воробьева  
Начальник управления онлайн-маркетинга и  
электронной коммерции в ФосАгро  
[evorobyeva@phosagro.ru](mailto:evorobyeva@phosagro.ru)



**Спасибо за внимание**

