



Васильев Н.С.

Коммерческий директор ООО
ПТК «Союз-Полимер»

Компания «Союз-Полимер» — крупный поставщик полиэтиленовой и гибкой полимерной упаковки для предприятий оптовой торговли, промышленных организаций и торговых сетей России и стран СНГ.

Основные продажи компания получает от общения с технологами и отделами снабжения. Сайт нужен, чтобы собирать контакты, фиксировать в CRM и обрабатывать.

В нашем случае соцсети и реклама не самый эффективный вариант продвижения для бизнеса. С помощью рекламы можно решить только тактические задачи, быстро тему подключить к продажам.

Основной трафик и целевые заявки даёт поисковое продвижение и тематические статьи.

Можете поделиться впечатлениями о сотрудничестве с Сайткрафт?

Понравилась комплексность подхода, понимание потребностей B2B рынка.
Приемлемая стоимость.

Какие задачи стояли первоначально перед Сайткрафт?

1. Нужно было позиционироваться. На стадии настройки рекламы столкнулись с тем, что было большое количество запросов от мелкой розницы — нам это не интересно.

Откорректировали рекламу, направили трафик с розницы на маркетплейсы, сосредоточились на работе с крупным оптом.

2. Вывод сайта в поисковики. У нас был сайт-визитка, на нём мало информации. Нужно было показать весь спектр производимой продукции и лаконично рассказать про наши сильные стороны, заполнить информацию и сделать так, чтобы нас находили по запросам.

Как вы оцениваете результат?

Деньги, которые мы зарабатываем, — это основной показатель. Сравним 2020 и 2021 год. План и факт продаж вырос в 2 раза.

Какие задачи по интернет-продвижению стоят в настоящее время?

Это B2B. Нам нет смысла массово всех бомбардировать рекламой. Нужно очень конкретно найти технолога, снабженца и договориться провести испытания, поставить опытную партию 300-500 кг и далее сотрудничать.

Нам важно создание интересного сайта, где размещаются статьи с техническими особенностями производства. Важна подача на сайте: без эмоций, конкретика: сроки поставки, технология, ответы на популярные вопросы, контакты и возможность оставить заявку.

Есть пожелание более активно вести раздел с новостями, ещё мы бы хотели больше о себе и своих кейсах рассказать. Но тут мне некогда, не даю информацию.

Что для Вас является основным показателем эффективности работы Сайткрафт?

Количество органического трафика, заявки и продажи. Благодаря трафику и заявкам мы можем выбирать клиентов, с кем работать. В целом, с продажами сейчас всё хорошо, на месяц вперед обеспечили производство заказами. Советую своим субподрядчикам — не конкурентам.

Что понравилось в процессе работы с командой Сайткрафт?

Честно, мы с командой мало взаимодействуем: раз в месяц план согласовываем и всё.

Сначала мы активно вас контролировали, потом перестали. Я сейчас сам не смотрю статистику, не анализирую, в детали не вникаю и меня это устраивает. Нет времени дискутировать.

Что не понравилось в работе с командой Сайткрафт?

Нет такого

Вы могли бы порекомендовать кому-то наше агентство?

Уже рекомендую, когда люди звонят и спрашивают с кем вы работаете, я говорю.

На что посоветуете обратить внимание при выборе интернет-агентства?

Нужно смотреть портфолио: результаты, фидбэк от клиентов. Важна конкретика, хотя, конечно, не все готовы давать информацию.

Интересно, когда рассказывают о проблемах и как их исправили, что делали. Все же понимают, что не может быть только успех. Интересно, как в кризис отработывали, как справлялись. Как действовали, если стратегия старая перестала работать.

С новой компанией всегда немного рулетка. Презентации у всех красивые, а гарантии что у тебя будет также красиво, как в кейсе, нет.

Еще мне важно, чтобы текст был лаконичен и содержателен — каждое слово в точку — «Пиши, сокращай». Нужно чтобы каждая страница такая была. Это эстетическое мастерство.



Благодарственное письмо

К сотрудничеству с интернет-агентством «СайтКрафт» мы пришли методом проб и ошибок. До марта 2017 года наша компания обходилась сайтом визиткой с посещаемостью 30-50 человек в сутки, а поисковая выдача была такая, что даже фанаты интернет поиска не могли нас найти.

В марте 2017 было принято решение обновить сайт «малой кровью». Был куплен шаблон и началась разработка сайта. После перезапуска сайта встал вопрос о контекстной рекламе, которую запустили самостоятельно. Посетителей стало много, а покупателей не прибавлялось. Начались новые структурные изменения сайта с добавлением форм захвата и новые затраты, связанные с доработкой элементов.

В мае 2017 было принято решение о передаче работ по контекстной рекламе одной известной компании из Санкт-Петербурга. К этому же моменту появилась необходимость в поисковом продвижении. Эту часть работ мы доверили с интернет-агентству «СайтКрафт». Создалась ситуация, когда качество работы состояло из 3 составляющих: доработка сайта, которой мы занимались сами; контекстная реклама и работа с поисковой выдачей, которые вели две наемные компании.

По итогам трёх месяцев работы блок с поисковым продвижением имел стабильные показатели, и мы приняли решение передать работу над сайтом агентству «СайтКрафт». После этого сайт начался этап активно доработки сайт с параллельной интеграцией CRM системы.

К ноябрю месяцу мы выстроили прозрачную систему с четким распределением заявок, со стабильным спросом и хорошими позициями в поисковой выдаче. К этим результатам без помощи агентства «СайтКрафт» мы шли бы еще долгие годы.

Отдельно хотелось бы поблагодарить людей, работающих над нашим проектом:

- Дмитрий Шестаков — руководитель агентства
- Евгений Циберный — Руководитель отдела продвижения
- Анна Щенова — Контент-менеджер
- Елена Иванищева — Руководитель SEO-отдела

Васильев Никита Сергеевич
Коммерческий директор
ООО ООО ПТК «Союз-Полимер»

