

CRM-Даїджест

Обзор актуальных каналов персонализированных коммуникаций

Рекомендации CRM-агентства ICNX
Москва, апрель 2022 г.





Дорогие коллеги!

Для продолжения серии дайджестов ICNX мы выбрали тему актуальных изменений 2021-2022 гг. в развитии CRM-каналов.

В кратком обзоре мы покажем основные цифры изменения потребительского поведения и дадим общие рекомендации по формированию коммуникационного сплита в CRM сегодня.

Если у вас возникнут дополнительные вопросы, я вместе с командой специалистов и менеджеров ICNX всегда буду рада ответить на них.

С уважением,
Алёна Адаменко
к.э.н., директор по развитию бизнеса ICNX



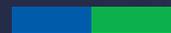
Содержание

- **Спектр каналов**
- **Развитие внешних каналов**
- **Развитие собственных каналов**
- **Рекомендации агентства ICNX**

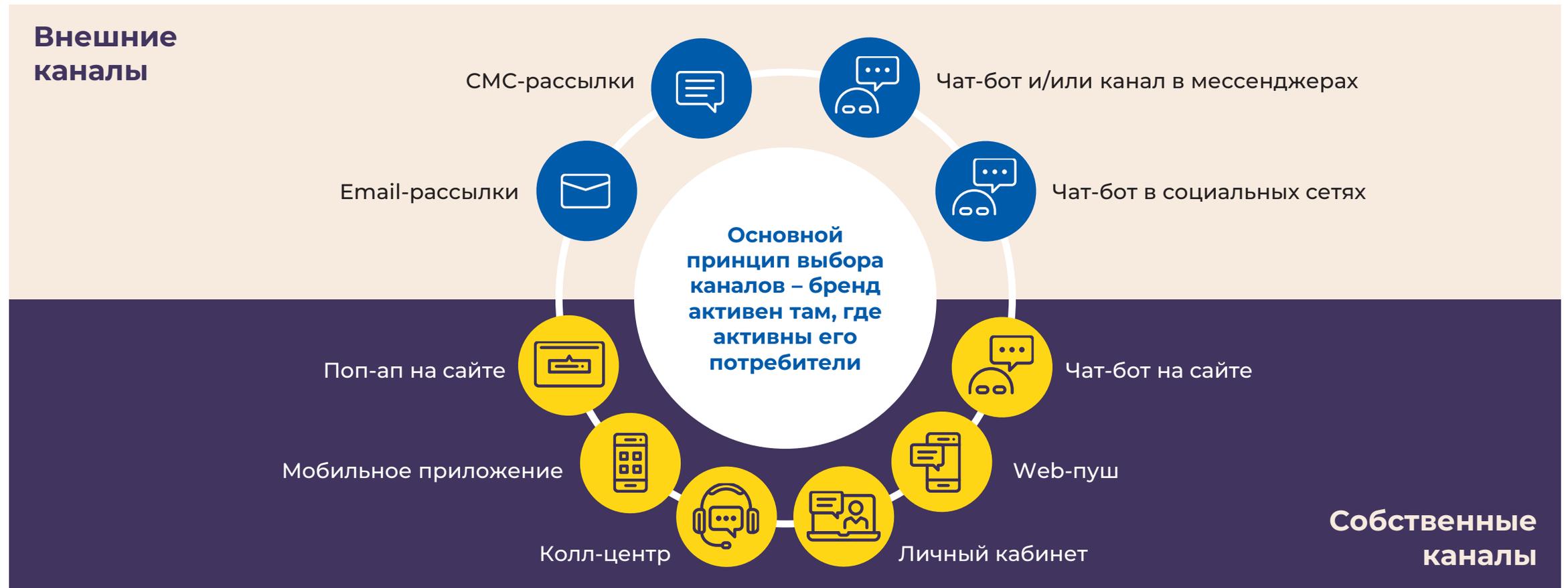




Спектр каналов



CRM использует широкий спектр каналов коммуникаций для персонализированного влияния на поведение потребителей





Развитие внешних каналов персонализированных коммуникаций



В 2021-2022 годах потребительское поведение во внешних CRM-каналах претерпевает ряд существенных изменений

Популярность email-рассылок снижается

-25%: снижение конверсии из email в целевые действия

18%: средний Open Rate на рынке FMCG

20%: средний Open Rate на автомобильном рынке

+40%: рост Open Rate с использованием тем 55+ символов

+90%: рост Open Rate с применением микросегментации

+20%: рост Open Rate при отправке в выходные дни

Доля мобильных устройств в CRM падает

В 2021-22 гг. доля использования десктопных устройств и стационарных компьютеров растет.



Есть высокая вероятность того, что и mobile, и десктоп будут занимать равноценные позиции

https://emtemp.gcom.cloud/ngw/globalassets/en/marketing/documents/digital_iq_email_benchmarks_report.pdf
<https://www.cossa.ru/news/299006/>
Brand Analytics <https://habr.com/ru/news/t/657761/>
<https://plus-one.ru/news/2022/03/14/odnoklassniki-vkontakte-i-telegram-rekordno-uvlechili-chislo-polzovateley>
<https://www.m24.ru/news/tehnologii/16032022/441095>
<https://bezlimit.ru/blog/chem-telegram-luchshe-whatsapp/>

Популярность мессенджеров стремительно растет

Изменения в объеме трафика в марте 2022 г.:

Telegram: 50 млн трафик 48% -> 63%

WhatsApp: 74 млн трафик 48% -> 32%

Viber: трафик 5% -> 4%

На рынке мессенджеров появляются новые игроки: Яндекс.Мессенджер, WeChat, TamTam, Signal, Агент Mail.Ru, TenChat

Изменяются доли в посещении социальных сетей

ВК: +14% активных пользователей в 2022 году

Одноклассники: +6% активных пользователей в 2022 году

Facebook: -11% активных пользователей в 2022 году

Instagram: -31% активных пользователей в 2022 году

Twitter: -9% активных пользователей в 2022 году

Новые игроки: Яндекс Дзен, Yappi, Россграм, TenChat

Самые значительные изменения происходят в мессенджерах и социальных сетях в связи с ограничениями



Сеть признана в России экстремистской организацией. Сеть заблокирована и теряет охваты. Отключена монетизация сети, что сказалось на возможности размещения рекламы в этом канале¹.



Сеть признана в России экстремистской организацией. Сеть заблокирована и теряет охваты. Отключена монетизация сети, что сказалось на возможности размещения рекламы в этом канале¹.



Временный запрет пользователям запускать рекламу в приложении с 07/03/2022 года. Видео из РФ не выводятся в общие ленты.



Отключена монетизация, велика вероятность блокировки приложения в России весной 2022 года.



Продукт признанной экстремистской организации Meta. Рост цен и перевод оплат в доллар для бизнес-аккаунтов.
Часть компаний отказалась от использования мессенджера для персональных рассылок / чат-ботов на платформе мессенджера.

¹ Решением Тверского районного суда г. Москвы от 21.03.2022 запрещена деятельность компании Meta Platforms Inc. По реализации Facebook и Instagram на территории РФ по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

В итоге фокус в CRM-каналах смещается, появляются новые лидеры с функционалом для персонализированных коммуникаций



Telegram

Рост доли с 48% до **63%** в общем объеме трафика в мессенджерах¹.
Рост ежедневной аудитории с 31,2 до **45,5** млн человек за период с 24/02 по 15/03.
> **40** млн новых подписок на российские Telegram-каналы за период с 10/03.
42% Instagram-блогеров перешли в Telegram (с 01/03 по 21/03 2022).
+ **23%** - рост активных авторов на платформе Telegram (с 24/02 по 24/03 2022).



ВКонтакте

Ежедневная аудитория: > **50,3** млн пользователей.
Объем публикаций: > **14** млн записей в день.
Рост ежедневной аудитории с 46,5 до **50,3** млн чел за период с 24/02 до 14/03.
> **300** тыс. новых предпринимателей начали вести паблики.



Одноклассники

Ежедневная аудитория: > **20,9** млн пользователей.
65% рост доли новых регистраций в 2022².
35% восстановили аккаунты, **40%** начали активнее публиковать контент



Rakuten Viber

Снижение доли с 5% до 4% в общем объеме трафика в мессенджерах, но все равно Viber входит в топ мессенджеров на территории России и СНГ.

¹ https://www.dp.ru/a/2022/03/21/Samim_populjarnim_messendzh

² <https://www.cossa.ru/trends/303283/>



Telegram впервые стал самым популярным мессенджером в России в марте 2022 года

Аудитория в России

- 45,5 млн пользователей ежедневно
- Жители Москвы (33%), Санкт-Петербурга (13%) и городов-миллионников
- 39% женщин, 61% мужчин
- Возраст пользователей: 18-24 (30%), 35-44 (30%), 45-64 (30%)
- 60% пользователей с высшим образованием, 23% трудятся в сфере IT, 77% - в других сферах: прежде всего, в производстве и торговле
- 20% с доходом выше 90 т.р. в месяц, 8,7% с доходом выше 200 т.р. в месяц

Присутствие брендов в CRM-коммуникациях



Возможности для CRM-коммуникаций

- Канал с размещением новостей
- Чат-боты с разными сценариями взаимодействия с пользователями
- Пуш-уведомления пользователям
- Проекты по лидогенерации с блогерами
- Открытые и закрытые чаты / платформы опросов и тестирования

Показатели эффективности

- ~ 10% конверсия из подписчиков в целевые действия внутри бота
- ~ 3% конверсия в покупку автомобиля от лидовых запросов в боте
- ~ 90% прочитают рассылку vs 20% в email (в среднем)
- ~ 30% перейдут по ссылке vs 5% в email (в среднем)
- ~ 70% ответят на опросы vs 5% в email (в среднем)
- ~ 90 секунд время реакции vs 90 минут в email (в среднем)



Ежемесячная аудитория **ВКонтакте** превысила 100 млн пользователей в марте 2022 года

Аудитория в России

- 50,3 млн пользователей ежедневно
- Жители всех городов России
- 51% женщин, 49% мужчин
- Возраст пользователей: 18-24 (29%), 25-34 (27%), 35-44 (19%)
- 29% - специалисты, 23% - учащиеся, 19% - руководители
- В 2022 году в VK активно приходят пользователи из Instagram и Twitter, повышая таким образом возрастные и доходные показатели аудитории

Присутствие брендов в CRM-коммуникациях

OZON

ВКУСВИЛЛ

СИТИМОБИЛ



PEPSICO

AliExpress

WILDBERRIES



BlaBlaCar



СБЕР

И многие другие

Возможности для CRM-коммуникаций

- В Q4 2021 VK разработала новую технологическую платформу для работы с данными и автоматизации маркетинга – Customer Experience Hub . Платформа состоит из двух модулей: Customer Experience Platform (CXP) и Customer Data Platform (CDP).
- Автоматизированные каскадные персонализированные коммуникации
- Агрегация, управление и хранение данных компании из разных источников. Профилирование аудитории на базе обезличенных данных
- Онлайн-запись / прием заказов, включая сбор персональных данных
- Чат-бот с различными сценариями взаимодействия с пользователями
- Мини-апп: персонализированные баннеры, сообщения внутри приложения, опросы
- Сбор отзывов – сбор обратной связи от потребителей

Показатели эффективности

- ~ 2-кратное сокращение стоимости привлечения целевого контакта
- ~ 1,5-кратное увеличение точности таргетинга
- ~ 85% Click Rate на предложение в чат-боте VK
- ~ 33% Open Rate базы из VK в последующих email-коммуникациях



Одноклассники рекордно нарастили аудиторию на 65% с начала марта 2022 года

Аудитория в России

- 20,9 млн пользователей ежедневно
- Жители городов России, TOP-3: Москва, Екатеринбург, Краснодар
- 43% женщин, 57% мужчин
- Возраст пользователей: 35-44 (29%), 45-54 (20%), 25-34 (19%)
- 1 млн аккаунтов предпринимателей на платформе
- 73% заходят только с мобильных, 13% только с десктопных и 14% с обоих видов устройств

Присутствие брендов в CRM-коммуникациях



Возможности для CRM-коммуникаций

- Кабинет бизнеса ОК – точка входа для управления контентом, продвижения и привлечения новых клиентов, настройки коммуникаций «Бренд – Клиент». Коммуникации в социальной сети настраиваются с помощью виджетов в рекламном кабинете
- Рассылки – персонализированные сообщения ОК от сообщества бренда
- Чат-бот ОК – с различными сценариями взаимодействия с пользователями
- Анкеты – опросы, обратная связь, и другие формы сбора ПД (приглашение на мероприятие и прочее)
- Купоны, игровые механики промо-кампаний
- Сбор отзывов – сбор обратной связи от потребителей

Показатели эффективности

- ~ 57% пользователей сети пробуют новые игры
- ~ 700 млн просмотров видео в сутки в сети ОК

WhatsApp & Viber теряют позиции, но все еще остаются популярными мессенджерами в 2022 году



Текущее положение

WhatsApp по-прежнему остается самым популярным мессенджером в России, но его популярность снижается из-за законодательных запретов, связанных с группой Meta, которой принадлежит мессенджер. Станет платным с 15 мая 2022 года.

Присутствие брендов

В мессенджере в большом количестве представлены официальные аккаунты компаний



Текущее положение

Viber потерял один пункт по трафику, но все равно входит в топ мессенджеров на территории России и СНГ. Viber в соответствии с требованиями закона о «приземлении» иностранных IT-компаний открыл представительство в РФ.

Присутствие брендов

СМИ, банки, ритейлеры и многие другие официальные коммерческие аккаунты

Новые мессенджеры перспективны, но не развиты для запуска CRM-коммуникаций крупных брендов



Кроссплатформенный мессенджер, позволяющий вести текстовую переписку (в том числе в групповых чатах), отправлять звуковые сообщения, создавать каналы, а также обмениваться фотографиями, GIF-анимацией, музыкой, видео и стикерами.

Более **10 млн** загрузок на конец 2021 года. Официальных коммерческих аккаунтов пока нет.



Российский мессенджер, позволяющий вести текстовую и голосовую переписку, создавать групповые чаты, интегрироваться с голосовым помощником «Алиса», организовывать новостные и информационные каналы. В мессенджере есть аккаунты СМИ (например «РБК», «Ведомости», «Лента»), крупных компаний и брендов пока не представлено.



Приложение для обмена мгновенными сообщениями и интернет-телефонии со свободным и открытым исходным кодом позволяет писать сообщения, создавать одиночные и групповые чаты, обмениваться фото, эмодзи и роликами, делиться местоположением и контактами. **7,5 млн** скачиваний в 2022 году. Официальных коммерческих аккаунтов пока нет.



Приложение TenChat является официальным мессенджером «Сколково». Первая деловая российская соцсеть, созданная для бизнес-знакомств и нетворкинга. Большой список запретов на контент. Использование всех сервисов возможно без ограничений. Здесь можно делиться кейсами и достижениями, вести блог на экспертную тему, искать клиентов и сотрудников и стать организатором профессионального комьюнити. За последний месяц количество пользователей увеличилось на **80 тысяч** человек и продолжает стремительно расти. Официальных коммерческих аккаунтов нет.



Кроссплатформенная система мгновенного обмена сообщениями для мобильных и иных платформ с поддержкой голосовой и видеосвязи позволяет пересылать текстовые сообщения, изображения, видео и аудио через Интернет. Будет перезапущена в ближайшее время. Официальных коммерческих аккаунтов пока нет.



Развитие собственных каналов персонализированных коммуникаций

В развитии собственных CRM-каналов набирает популярность сервис коротких сообщений APP INBOX

APP INBOX (или PULL MESSAGES) – это короткие сообщения, которые отображаются в личном кабинете пользователя.

Можно отправлять тактические, триггерные и транзакционные сообщения, настраивать персонализированные предложения или новости по жизненному циклу клиента.

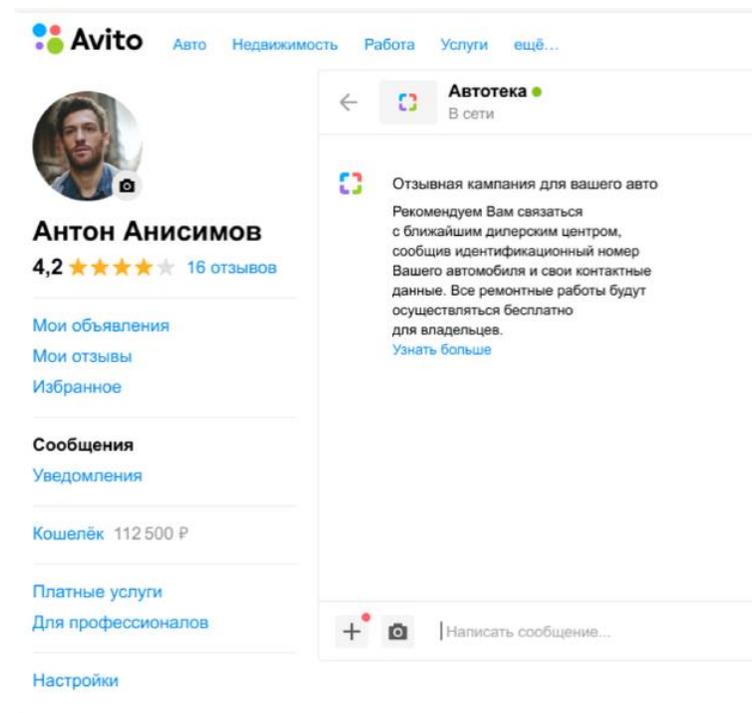
Самое главное, что для получения такого сообщения от пользователя не требуется подписка на сайте или в приложении. Все отправляется напрямую через номер телефона или email, в зависимости от имеющихся данных пользователя. Сообщения отображаются только на сайте или в приложении.

Функционал

Пользователь получает сообщение в свой inbox, оно не исчезнет, «колокольчик» будет гореть, что будет провоцировать пользователя к прочтению

Преимущества

- Не требует отдельной подписки (в отличие от пушей)
- Можно настроить срок жизни каждого сообщения
- Не зависит от использования куки-файлов



Продолжает расти спрос на внедрение голосовых ботов и встроенный в голосовые модули искусственный интеллект

По данным «М.Видео–Эльдорадо», в 2021 году продажи умных колонок с голосовыми помощниками в России составили порядка 1,3 млн штук. По сравнению с предыдущим годом продажи выросли в 2,6 раза. Согласно подсчету Just AI, в 2020 году аудитория голосовых ассистентов в России составила 52 млн пользователей.

На фоне роста популярности умных колонок прослеживается тенденция развития технологии помощников в сервисах и коммуникациях брендов. В 2021-2022 годах российские компании уже активно занимают голосовые каналы коммуникаций.

Q1 2022 «ВкусВилл» запустил дополнительный сервис заказа товаров по ТЕЛЕФОНУ, где доступен весь ассортимент продуктов.

В 2021 голосовой навык внутри «Алисы» и «Google Ассистента» был разработан для «М.Видео». С помощью данного навыка можно выбрать товар из категории, добавить его в корзину, оформить доставку, ввести промокод и многое другое.



ежемесячно
общается
с Алисой



запросов
Яндекса
голосовые



россиян имеют
опыт общения с
голосовыми
помощниками

Бренд La Roche-Posay, например, запустил голосовой навык «Yandex Алиса», который помогает определить тип кожи, ответив на несколько вопросов. Далее клиент оставляет свои контактные данные, и ему на почту приходит программа персонального ухода.

С 2021 года в России развивается новый тренд на создание собственных метавселенных брендов

Метавселенная – это пространство виртуальной реальности, которое:

- действует на постоянной основе, никогда не отключаясь;
- использует технологии, которые погружают в цифровой мир;
- создает внутри себя отдельные законы и экономику.

25%*

населения Земли к 2026 году будет проводить в метавселенной не менее часа в день.

30%*

организаций в мире смогут предложить продукты и сервисы для метавселенной.

Создатели метавселенных делают ставку на то, что новые гаджеты и экосистемы совершат прорыв в индустрии в ближайшие годы

Стоит ли компаниям идти в метавселенные?

Наиболее близки к метавселенным многопользовательские игры Dota2 и CS:GO и игровые платформы Roblox, Minecraft, Fortnite и Decentraland. Стоит ли брендам создавать или интегрироваться в метавселенную уже сейчас? Однозначно стоит задуматься над этим вопросом и оценить свои возможности. Как минимум, стоит начать изучать вопрос, чтобы в нужный момент быть готовым и не пришлось «запрыгивать в последний вагон».

Что происходит с метавселенными прямо сейчас?

Несколько компаний закрывают доступ в свои метaprостранства в связи со спецоперацией на территории Украины. Например, Minecraft объявил о прекращении продаж новых продуктов на территории России.

Есть ли российские компании, которые инвестируют или создают метавселенную?

Да, российская игровая компания из Якутска MyTona объявила о создании собственной метавселенной. В будущем платформу дополнят новым функционалом, включая поддержку блокчейн-технологий и NFT.

Создавать свое или интегрироваться в уже существующее?

Это сложный вопрос, на который каждый бизнес может ответить, исходя из своих стратегических планов и возможностей. Однако, на наш взгляд, большинству компаний, которые могут продавать услуги или товары, будет в большей степени выгодно встраиваться в метаэкономику. Это гораздо проще и выгоднее для обеих сторон. Компании и бренды привлекают аудиторию и пользуются всеми возможностями той платформы, на которой будет существовать метавселенная.



Рекомендации агентства ICNХ



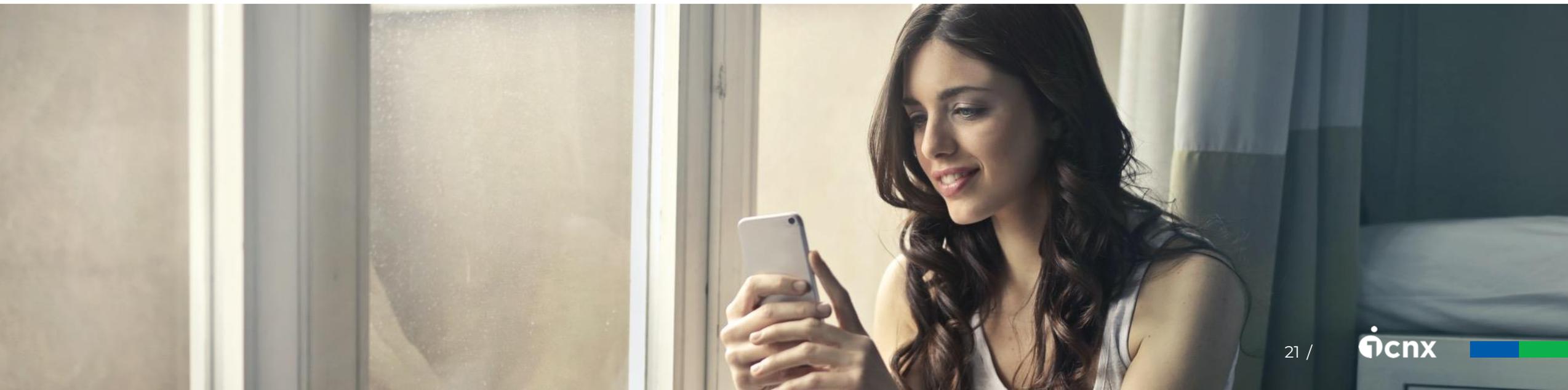
Рекомендации агентства ICNХ

Внешние CRM-каналы

- Создавать собственные каналы и чат-боты в Telegram, VK, Одноклассниках – в зависимости от специфики ЦА брендов
- Следить за динамикой развития новых каналов: TenChat, Яндекс.Мессенджер, Signal, ICQ, TamTam и др.

Собственные CRM-каналы

- Развивать личные кабинеты пользователей и внедрять сервисы мгновенных сообщений
- Оценить целесообразность и возможности для внедрения инновационных инструментов, таких как голосовые помощники и метавселенные





Контакты

Елена Галанина
Директор по новому бизнесу

+7 (916) 155 36 30
Elena.Galanina@icnx.ru

Если вы уже являетесь клиентом ICNX, для уточнения вопросов, пожалуйста, свяжитесь с директором вашей аккаунт-группы