

Сучасний маркетинг для виробників стілень

Від сарафанного радіо
до системної цифрової
стратегії

Вступ: Ринок, що змінюється

2025 — час змінити правила гри

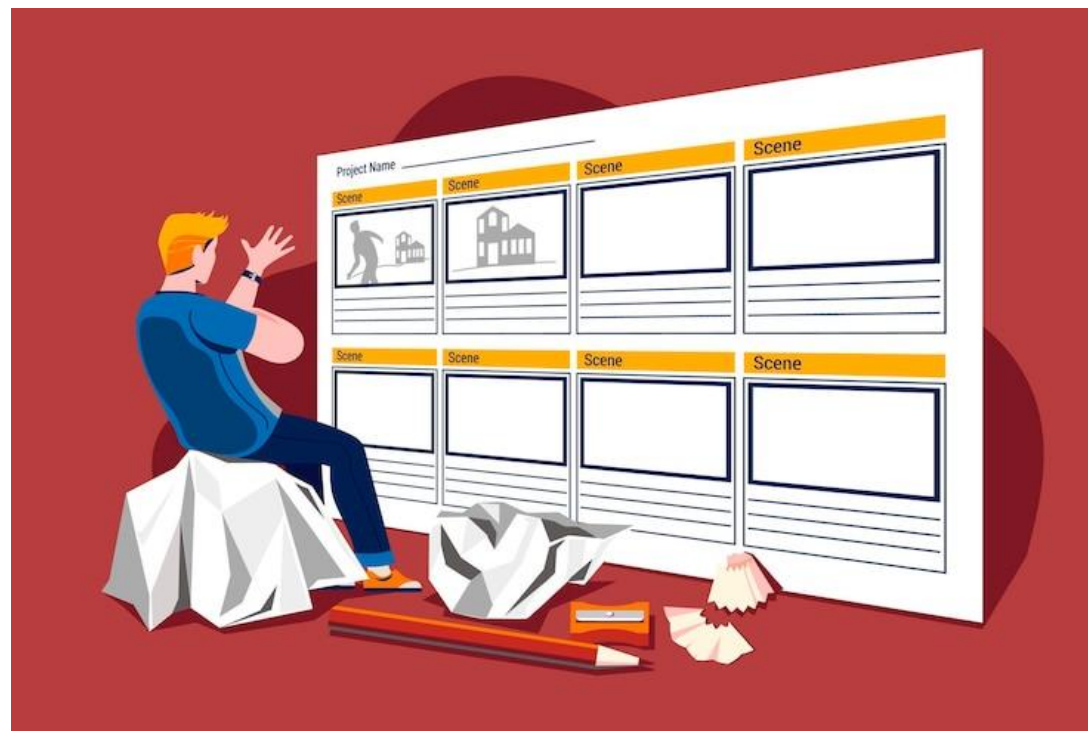
- 88% клієнтів шукають онлайн
- Очікуване зростання ринку +4.6% (Harvard, 2025)
- Покоління Z і миленіали — цифрові покупці



Проблема — обмеження сарафанного маркетингу

Основні обмеження:

- Нестабільний потік лідів (*лідів приходять хаотично. Один місяць — черга, інший — тиша. Немає передбачуваності, важко планувати виробництво*)
- Втрата великих клієнтів (будівельники, дизайнери, комерційні об'єкти)
- Виграє той, хто працює онлайн

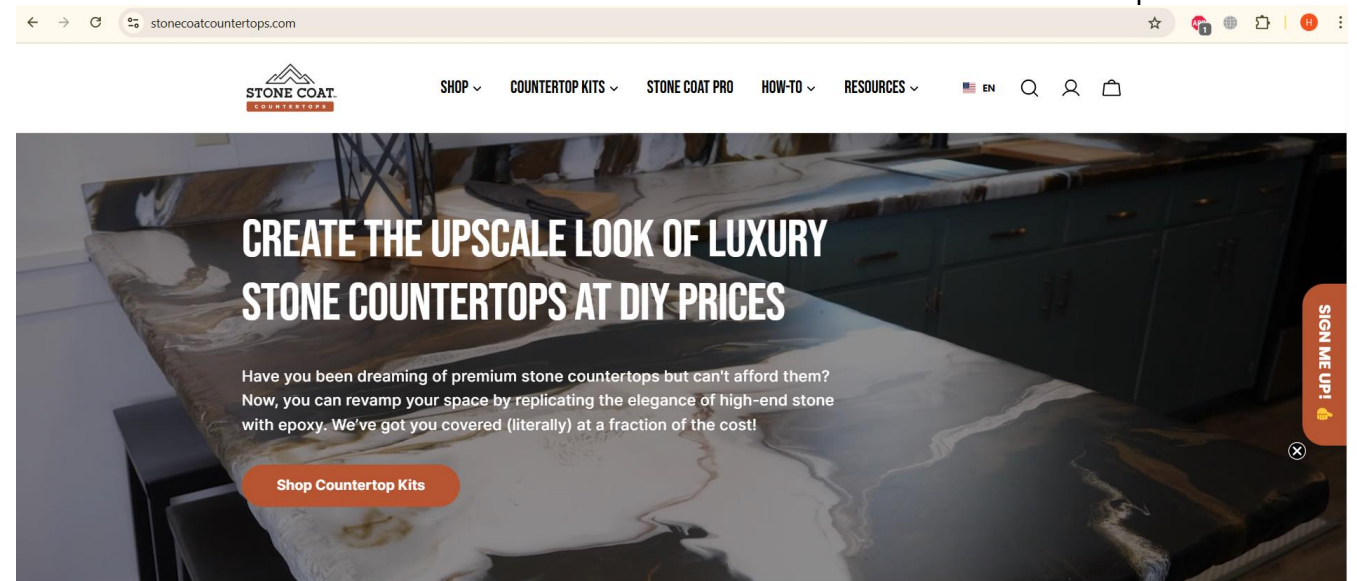


Рішення — цифрова стратегія

Що справді працює у 2025?

🔧 Інструменти:

- SEO, Google Ads, соцмережі
- Контент: відео, огляди, віртуальні тури
- Автоматизовані запити (quote system), CRM



<https://stonecoatcountertops.com/>



Хто ваш клієнт?

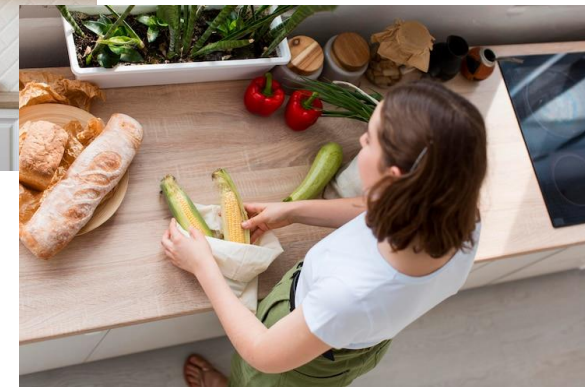
- Мілленіали (1980+) – дизайн, швидкість, онлайн-запис



- Бебі-бумери (1946-1964) – сервіс, якість



- Еко-клієнти – етичність, сертифікати



Побудова системної воронки продажів

Компоненти:

- Вхідні ліди (SEO/PPC/social)
- CRM (customer relationship management) + візуалізація
- Email follow-up
- Автоматизовані відповіді

Переваги системного підходу

- ✓ Прогнозований потік клієнтів
- ✓ Підвищення закриття угод
- ✓ Покращення іміджу
- ✓ Зростання продажів



“У 2025 перемагають не найкращі виробники, а найкраща стратегія”

Практичне завдання:

Завдання:

Знайди реальний приклад компанії, яка успішно продає вироби з природного або штучного каменю на експорт (може бути сайт, Instagram-акаунт, тощо).

-  Вказати назву компанії та країну (або регіон), де вона працює.
-  Коротко описати, **які вироби з каменю** вони пропонують (наприклад: стільниці, плитка, раковини, декор).
-  Проаналізувати 3–5 **маркетингових фішок**, які вони використовують для просування своїх товарів за кордон. Наприклад: віртуальний шоурум, відео-тури, мультимовний сайт, сертифікати якості, доставка «під ключ», співпраця з дизайнерами тощо
-  Зробити короткий висновок: **що з цього може бути цікавим для українських виробників?**
-  **Формат: 1 слайд у PowerPoint / Canva або PDF-презентація на 1–2 сторінки. Можна додати фото, скриншоти або відео-посилання. Звіт - усна презентація**

Корисні статті про маркетинг в індустрії природного каменю

[2025 Marketing Strategy: Why Stone Fabricators Must Move Beyond Word-of-Mouth](#)

[Effective Marketing Strategies for Countertop Manufacturers and Fabrication Businesses](#)