

**Просування
власного
кам'яного
бізнесу
та пошук
клієнтів
за кордоном**



ДЕ ПОВЧИТИСЬ?

UA business Global — спільнота українських підприємців.
Проект створений, щоб допомогти українському бізнесу
розвиватися на міжнародному ринку.

 [Telegram](#)

 [Instagram](#)

 [Facebook](#)

 [YouTube](#)



Безкоштовний **маркетинговий серіаліті “GLOBA”** для підприємців,
які хочуть масштабувати бізнес - 10-15-хвилинні серії на тему
міжнародного бізнесу (типові помилки при вході в міжнародний ринок,
побудова репутації, бюджетний PR, комунікація з клієнтом, про користь
участі у професійних подіях, тощо)

[Сезон 1](#)

[Сезон 2](#)



СПОСОБИ ПРОСУВАННЯ

1. ОСОБИСТИЙ БРЕНД

Персональний бренд – один з найефективніших інструментів просування продукту чи послуги через особистість. Ідеальний – для вузьких ніш та B2B бізнесів.

Успішна комунікація із закордонними партнерами та клієнтами через особистий бренд:

- Створіть **професійний веб-сайт**, використовуючи високоякісні зображення та підкреслюючи унікальні характеристики та переваги продукції
- **Станьте послом свого бізнесу**, покажіть, що за якість продукту ви відповідаєте особисто.
- Базуйте свій особистий бренд на потребах цільової аудиторії.
- Об'єднайте цільову аудиторію – **ініціюйте соціальні проекти, створіть команду однодумців.**
- Активно просувайте свої соціальні мережі, комунікуйте із потенційними зарубіжними клієнтами.
- Приймайте онлайн-участь у закордонних конференціях, виставках та демонструйте свою експертність.
- **Демонструйте маркери успіху** – аргументи, що підтверджують вашу здатність до вирішення конкретної проблеми.



Лекція про використання особистого бренду для просування бізнесу

(Катерина Дорошевська, засновниця та бренд-стратег агентства бізнес-комунікацій BECOME)

2. ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА

дозволяє показати продукт або послугу певній цільовій аудиторії
(за відвідуванням, інтересами та багатьма іншими параметрами)

Як використовувати цей інструмент для контакту із закордонною аудиторією?

- Комунікуйте з позиції впевненості.
- При виході на аудиторію інших країн дайте зрозуміти клієнту, що ви маєте можливість працювати і виконувати зобов'язання.
- Покажіть закордонним клієнтам конкретні вигоди та цінності свого продукту – **чому вони повинні вибрати саме вас.**
- Використовуйте прості інструменти креативу.
- **Використовуйте мову клієнта** – для кращого результату найміть менеджера-носія мови, вивчіть англійську до рівня B2!



[Лекція про нюанси таргетування](#)

(Валерія Тернова,

спеціалістка з налаштування реклами для e-commerce)

3. КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА

«золотий стандарт» e-commerce, дозволяє побачити в Інтернеті ваші товари чи послуги користувачам, яким це справді цікаво

Щоб цей інструмент отримав позитивний результат на міжнародних ринках, врахуйте кілька важливих нюансів:

- Європейські покупці консервативні та недостатньо «зраджують» знайомим брендам – **ваша реклама має виділятися, щоб вони вас помітили.**
- Запускати контекстну рекламу ефективно в країні, де часто купують у кредит (наприклад, США, Великобританія).
- Перед запуском контекстної реклами **обов'язково введіть маркетингове дослідження** – оцініть конкурентів та попит на товари в країнах, на які хочете рекламувати. Можна використовувати [Google Trends](#)



Лекція про контекстну рекламу для виходу на міжнародні ринки

(Станіслав Галандзовський, спеціаліст з роботи з контекстною рекламою, PPC-спеціаліст)

ЯК ШУКАТИ КЛІЄНТІВ ЗА КОРДОНОМ

огляд популярних соцмереж

*Для пошуку нових клієнтів варто йти туди, де вони «мешкають»
(с) UA business.global*

LinkedIn

Використовуйте LinkedIn максимум, щоб успішно розвивати свій бізнес на міжнародних ринках:

- Докладно заповнюйте профіль, кращими кількома мовами (з урахуванням вашої цільової аудиторії).
- Зверніть увагу не лише на кількість, а й на якість контактів – **додайте користувачів, цінних для вашого бізнесу.**
- Беріть активну участь в дискусіях щодо тематики вашого бізнесу, залишайте конструктивні коментарі, давайте **професійні рекомендації.**
- Замість рекламних публікацій **зосереджується на корисному контенті**, що призводить до залучення аудиторії.
- Крім особистого профілю, **заробіть окрему бізнес-сторінку для підвищення впізнаваності вашого бренду.**



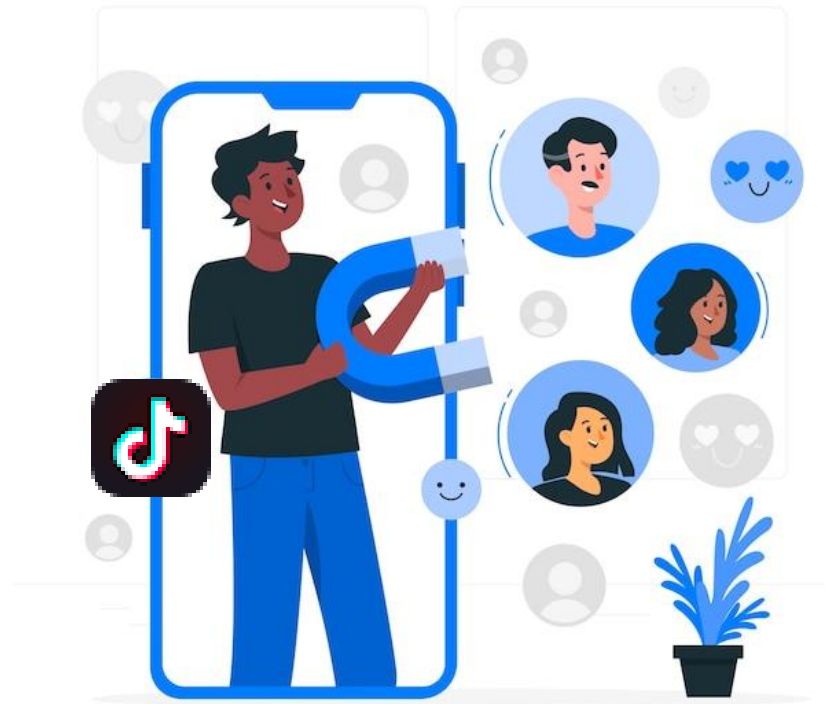
Лекція про можливості LinkedIn для розвитку бізнесу

(Оксана Байло, сертифікована тренерка та консультантка з методики Social Selling та продукту LinkedIn для продажів V2V)

Tik Tok

80% аудиторії – користувачі віком від 20 років. TikTok можна використовувати для розвитку бізнесу в будь-якій ніші. Щоб це зробити успішно, зверніть увагу на особливості цієї соцмережі:

- Монтувати відео для TikTok варто лише в CapCut - це програма самої соцмережі.
- **Важлива висока якість відео та наявність субтитрів**, оскільки багато користувачів дивляться ролики без звуку.
- 12-16 секунд – оптимальна тривалість відео. **Експертні відео – до 30 секунд.**
- Освітній контент найпопулярніший у TikTok. 60% користувачів приходять сюди для навчання.
- **15.00-20.00 – активний час аудиторії TikTok.**



Як просувати свій бренд через TikTok?

(Наталія Козар, підприємниця, маркетологиня, тік-токерка, власник двох бутиків)

ПОШУК ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ТА ПОКУПЦІВ

ПОСТАЧАЛЬНИКИ

Портал [GeolExpert](#):

[Каталог облицювального каменю та родовищ](#)

[Каталог українського каменю на платформі StoneContact](#)
– Global Stone Trading E-commerce Platform

ПОКУПЦІ

Спеціалізовані міжнародні онлайн платформи з купівлі-продажу каменю (запит в гугл "natural stone buyers", "buy stone products", "sell stone products" та ін.)

Обов'язково читати відгуки про роботу цих платформ!
Часто зустрічаються шахраї та недобросовісні платформи, що обіцяють Вам підтвержену кількість перевірених клієнтів, проте ці клієнти здебільшого не є реальними компаніями



ЗАГАЛЬНІ ПОРАДИ

1. Розвивайте сильний **бренд**: Створення впізнаваного та авторитетного бренду має вирішальне значення для продажу будь-якого продукту в усьому світі.
2. Дослідіть **цільовий ринок**: зрозумійте культурні та економічні фактори, які можуть вплинути на продажі на цільовому ринку.
3. Проведіть дослідження ринку, щоб визначити **попит на ваш продукт, очікувані ціни та конкурентів**.
4. Використовуйте **платформи електронної комерції**: Amazon, eBay, Etsy або Alibaba, щоб охопити ширшу клієнтську базу. Ці платформи можуть забезпечити доступ до мільйонів потенційних клієнтів і запропонувати цінні інструменти для маркетингу та просування продуктів.
5. Відвідайте **торговельні виставки та конференції** - може надати можливість продемонструвати продукти, налагодити контакти з потенційними покупцями та постачальниками та дізнатися про нові тенденції та інновації.



6. **Партнерство з місцевими дистриб'юторами:** знайдіть місцевих дистриб'юторів або агентів на цільових ринках, які можуть допомогти з маркетингом, логістикою та підтримкою клієнтів (брокер). Ці партнерства можуть забезпечити цінний місцевий вплив і допомогти подолати культурні та нормативні бар'єри.
7. Подумайте про стійкі та етичні практики: зважаючи на зростаючу стурбованість **екологічною та соціальною відповідальністю**, впровадження стійких та етичних практик може стати конкурентною перевагою на світовому ринку. Висвітлення цих практик може зацікавити екологічно та соціально свідомих клієнтів.
8. Продаж продукту з натурального каменю в усьому світі може бути складним завданням, але завдяки ретельному плануванню, дослідженням і надійній маркетинговій стратегії можна досягти успіху.
9. Працюйте чесно та **керуйте своєю репутацією** серед клієнтів, підтримуйте стосунки з клієнтами після продажу та запитуйте їх рекомендації (фідбек).
10. Наголошуйте на **перевагах українського каменю**, вивчіть аналоги порід усіх укр. родовищ в світі, висвітлюйте свій свідомий підхід до популяризації українського каменю на міжнародній арені, важливість індустрії блочного каменю для післявоєнної відбудови української економіки.

