



ДИНАМИКА

КОНФЕРЕНЦИЯ WIRE PLAZA

WIRE

# Обзор рынка проволоки. Тренды развития и работающие инструменты для роста продаж B2B- компаний

Деловая программа WIRE Russia - 2024  
4 июня 2024



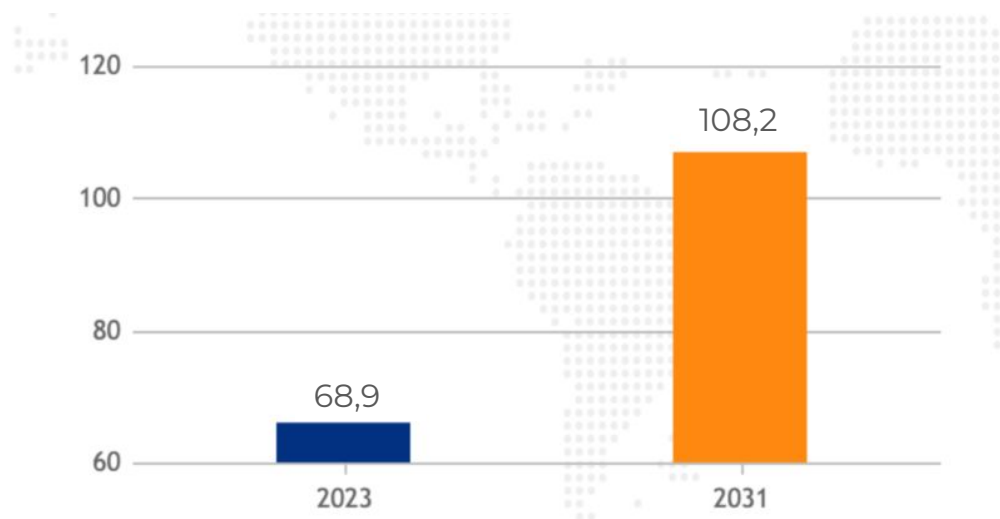
## ОЛЬГА ШЕСТЕЛЬ

- 20 лет в промышленном маркетинге
- Эксперт по стратегическому маркетингу для B2B-бизнеса
- Более 100 проектов для производственных предприятий

Объем мирового рынка стальной проволоки по состоянию на 2023 год международными экспертами оценивается в **\$68,9 млрд**

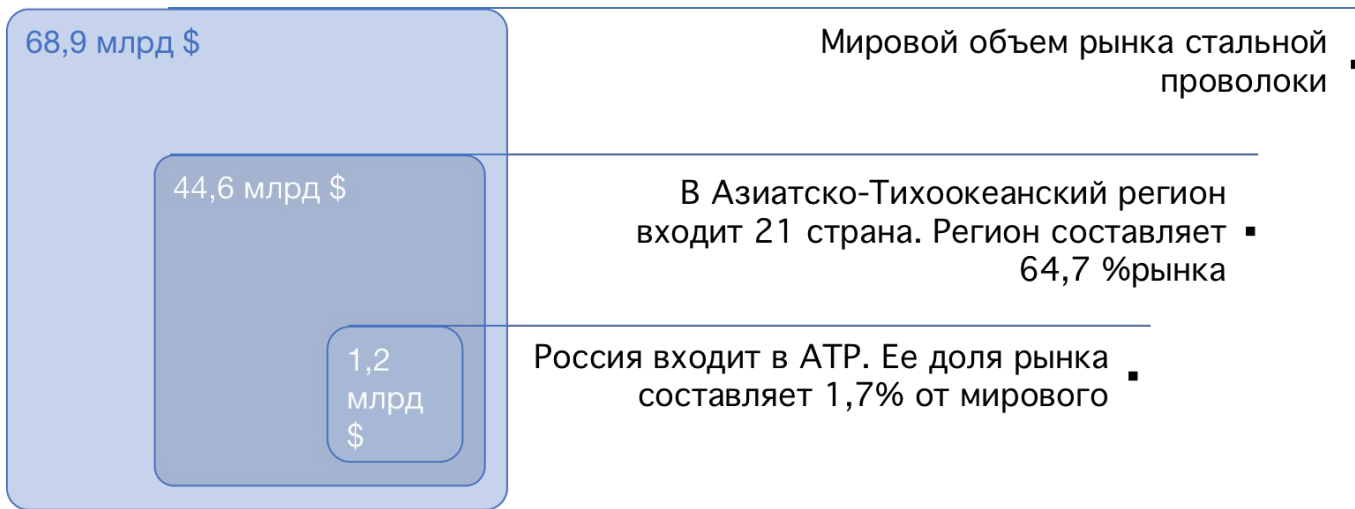
Ежегодные темпы роста мирового рынка в среднем составляют **5,8%**

При сохранении CAGR на этом уровне к 2031 году объем рынка увеличится до **\$108 млрд.**



**Азиатско-Тихоокеанский регион** (21 страна, в т.ч. Индия, Китай, Япония, РФ и др.) занимает **64,7% мирового рынка**. В 2023 году его объем оценивался в **\$44,6 млрд.**

**Доля России составляет 1,7%** от объема мирового рынка, оценивается в **\$1,2 млрд.**



В России до 2022 г. отрасль развивалась по инерционному сценарию

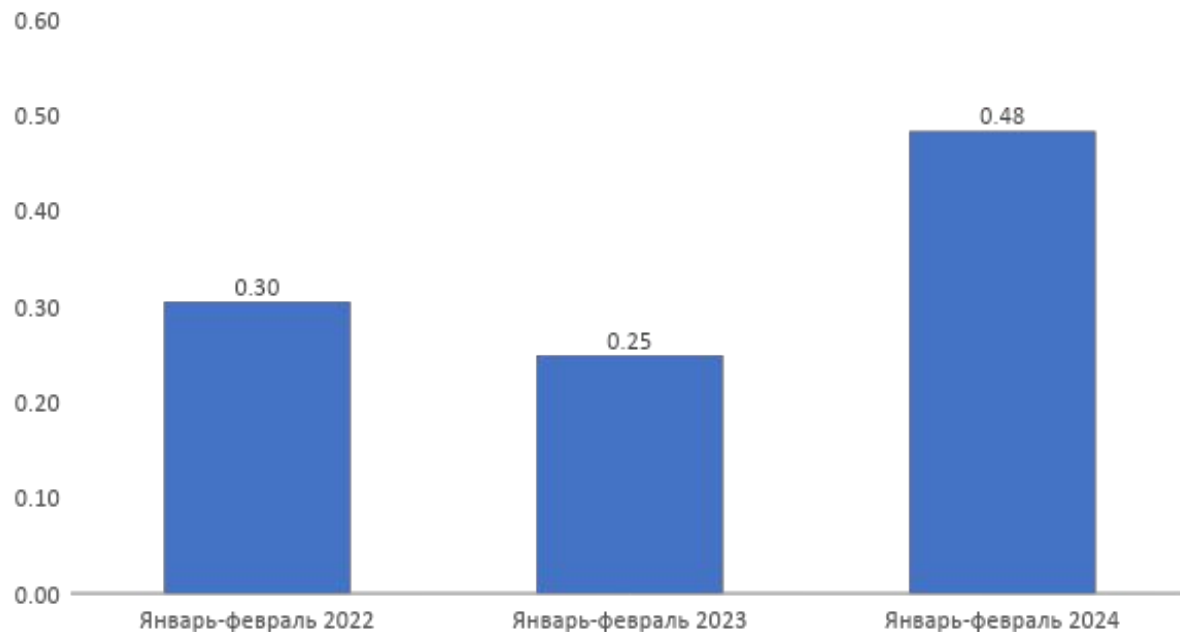
2023 г. стал переломным для всей металлургической отрасли

В 2024 году наблюдается значительный подъем отрасли и рост объемов производства, которого **не было 5 лет.**



**За 2 месяца 2024 года объем производства проволоки вырос почти в 2 раза**

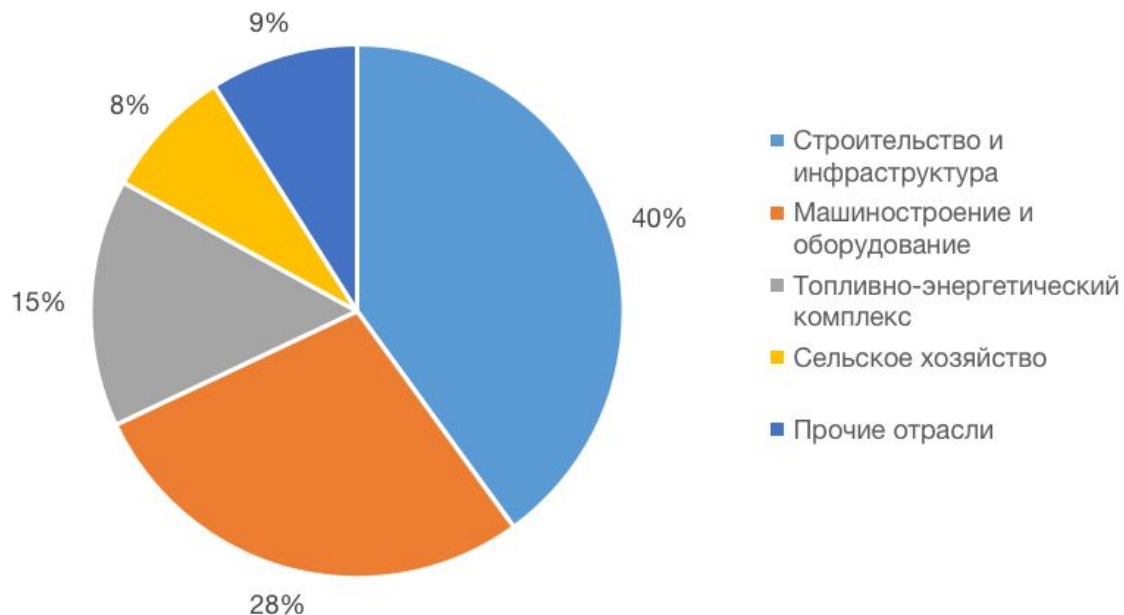
Объем производства проволоки, млн. тонн



Повышение внутреннего потребления ожидается за счет

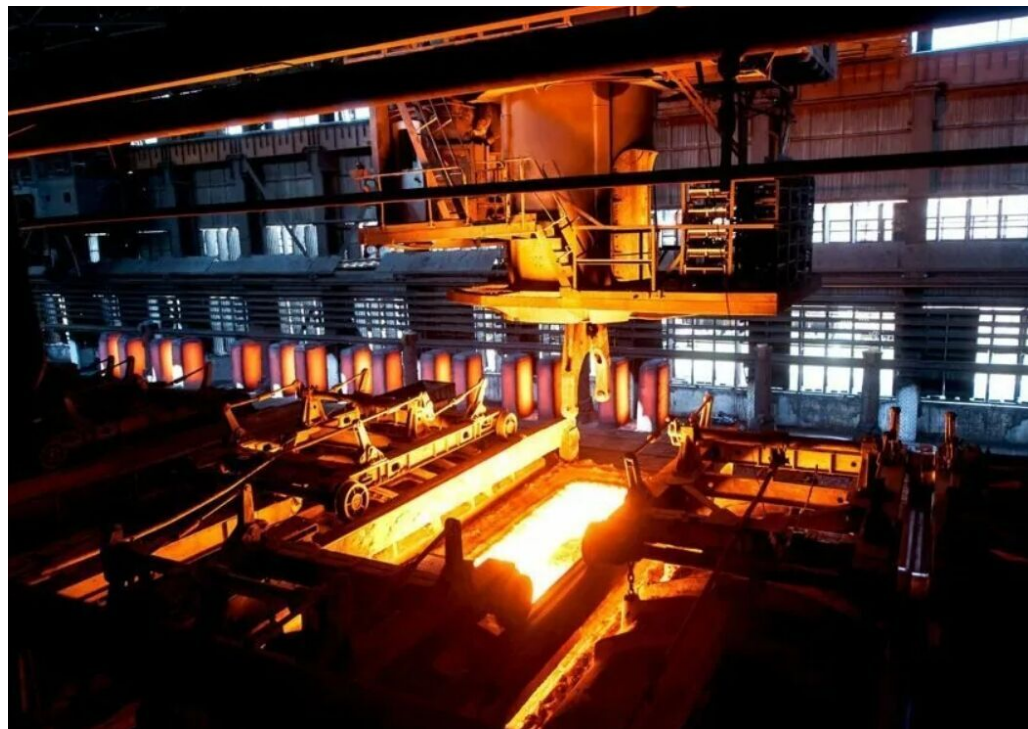
- развития машиностроительного комплекса
- замещения импорта
- реализации экспортных возможностей на новых рынках
- государственной поддержке развития инфраструктурного и жилищного строительства

Структура потребления стальной проволоки по отраслям в России в 2023 году



## СТРАТЕГИЯ - 2030

1. Повышение технологического суверенитета страны
2. Увеличение внутреннего спроса на металлопродукцию
3. Сотрудничество крупных предприятий с металлоемкими отраслями экономики: в строительном и транспортном секторах, ТЭК, сфере ЖКХ, машиностроении и ОПК.





В 2023 году в России ввели рекордные 110 млн кв метров жилья. Сегмент жилого строительства вырос на 12%.

К 2030 г. планируется увеличение до 120 млн кв метров в год

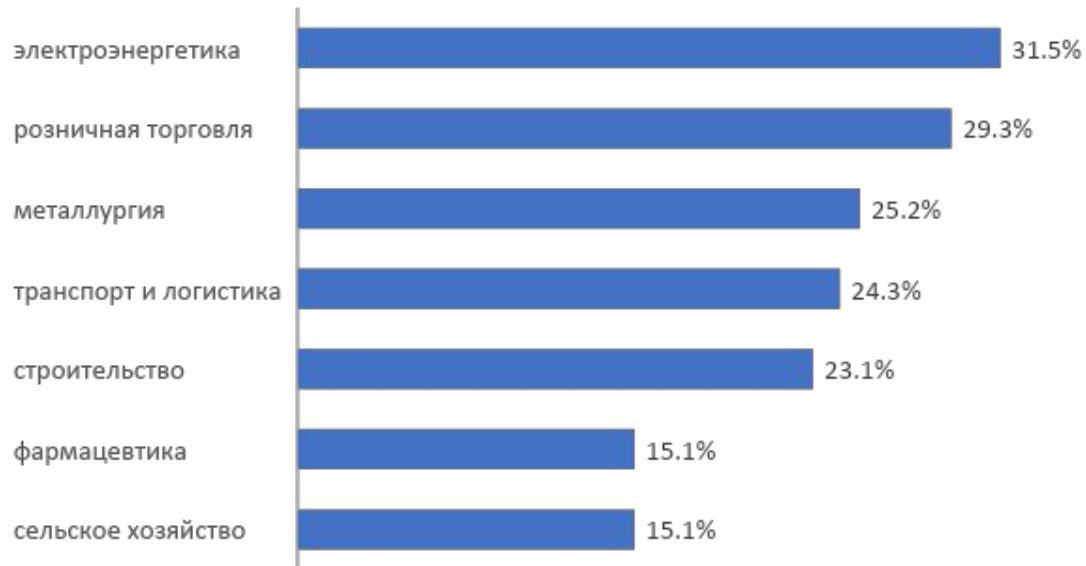


В области промышленности в 2023 году рост количества новых проектов составил 34%.

Кроме того, большой рывок произошел в сферах энергетических (+66%) и логистических (+39%) объектов.



**Металлургия - одна из  
лидирующих отраслей по  
уровню цифровизации**



По данным Холдинга Т1, 2023

Использование разработок производства импортозамещающих металлических материалов для изделий медицинской промышленности

**Создание отечественной импортозамещающей наноструктурированной высококоррозионностойкой проволоки** повышенной надежности для шовного и расходного материала для хирургии и современного эндоскопического оборудования

Ориентировочная потребность **в 2023 году составляла 156 тонн в год.**



**3D-печать металлической проволокой** все шире используется в таких отраслях промышленности, как авиакосмическая и автомобильная, в энергетике, кораблестроении, медицине, а также в ювелирном деле, исследовательской деятельности, в создании арт-объектов и в ряде других направлений.



Фото: Relativity Space

**ЧТО СО ВСЕМ ЭТИМ ДЕЛАТЬ?**

**НУЖНО ЖЕ КАК-ТО ПРОДАВАТЬ...**

## ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ?

- Медленный рост клиентского поля
- Маркетинг-Driven экономика
- Новые технологии. Индустрия 4.0
- Изменение покупательского поведения
- Усиление конкуренции
- Новые бизнес-модели



НОВЫЙ ЦИКЛ ОБНОВЛЕНИЙ





Полное исследование



Мы опросили коммерческие службы 146 производственных и промышленных предприятий в конце 2023 года





КАКОЙ МАРКЕТИНГ?  
У НАС ТЕНДЕРЫ...

## По-старому уже не работает

- Больше лиц участвует в принятии решения
- Профиль компании в Интернет в приоритете
- Стратегия “Клиенты на всю жизнь”
- Новые кадры = такие же клиенты

Устойчивое развитие  
компании и  
стабильное качество  
продукции -  
  
рыночное  
преимущество

Доля покупателей, принявших решение о покупке с помощью отдела продаж или сайта

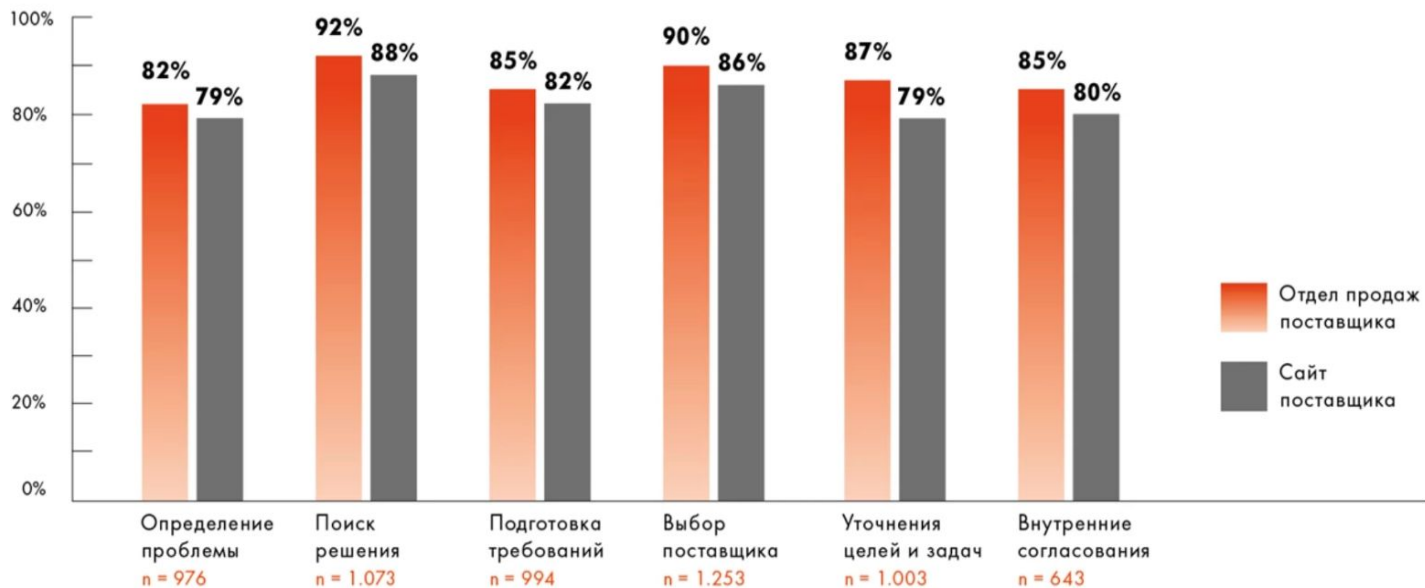
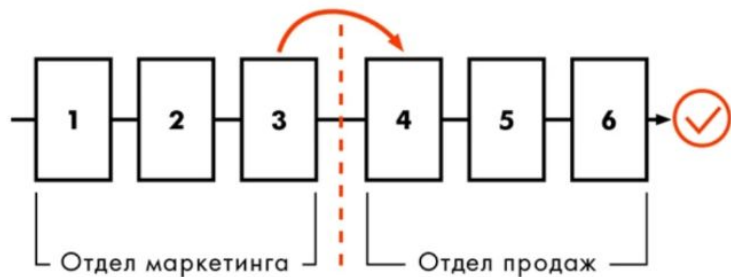


Схема: Gartner. Перевод: Dotorg

# СОТРУДНИЧЕСТВО МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ

## Последовательная организация процесса



## Параллельная организация процесса



## Перераспределение структуры инвестиций в маркетинг

- возвращение к имиджевым активностям
- медиамикс+омниканальность
- маркетинг+PR



## Малобюджетные инструменты коммуникаций

- Пиар (pressfeed, паблики, открытые редакции)
- Контент-маркетинг (регулярность, польза, сбор базы)
- Соцсети (имидж, ценности, HR-бренд)
- E-mail маркетинг
- Поисковая оптимизация (SEO)
- Онлайн мероприятия
- Сообщества



- Ориентация на рынок
- Комплексный продукт
- НИОКР
- Синхронизация маркетинга и продаж
- Выстраивание долгосрочных партнерских отношений с клиентами
- Клиентский сервис
- Коммуникации с клиентом на всем пути взаимодействия



**Не стесняйтесь писать!**

**Мы найдем решение, чтобы  
усилить вашу компанию**



**ОЛЬГА ШЕСТЕЛЬ**

B2B-маркетолог,  
эксперт по стратегическому  
маркетингу

**Тел.:** +7 (996) 927-03-80

**Email:** hello@dinamika.agency

**Сайт:** dinamika.agency