

# Использование социальных сетей и электронных поисковых систем для продвижения товаров на рынок КНР

## Социальные сети

Мощный инструмент продвижения товаров на рынок КНР, без которого невозможно присутствие на китайском рынке, это – социальные сети.

Продвижение в социальных сетях Китая (SMM – Social Media Marketing) представляет собой стратегический процесс установления и укрепления присутствия бренда на популярных китайских платформах. Это включает в себя создание и распространение контента, взаимодействие с аудиторией, управление репутацией и мониторинг результатов.

Социальные сети Китая носят исключительно локальный характер и популярны только среди населения КНР, охватывая аудиторию свыше миллиарда человек. На территории КНР реклама в социальных сетях – это очень эффективный инструмент популяризации и продвижения продукции на внутреннем рынке.

При использовании данного инструмента следует обратить внимание, что существуют различные виды аккаунтов – частные и корпоративные (для бизнеса). Большинство социальных сетей Китая предоставляют возможность регистрации корпоративного аккаунта только при наличии китайской бизнес-лицензии или китайского паспорта и китайской SIM-карты.

Наиболее популярные в КНР платформы, использование которых может быть полезно белорусским компаниям для прямого общения с потенциальными китайскими партнерами и продвижения товаров на китайском рынке – мессенджер WeChat и сервис микроблогов Weibo.

**WeChat** – главный по популярности мессенджер на территории материкового Китая, который входит в пятерку крупнейших социальных сетей во всем мире (*1,17 млрд. активных пользователей в месяц, 82 минуты пользователи проводят в WeChat каждый день, 68 млн. видео загружаются каждый день, 45 млрд. сообщений в день*).

WeChat предоставляет широкие возможности как для простых пользователей, так и для бизнеса. Для продвижения продукта или услуги необходимо зарегистрировать корпоративный (сервисный) аккаунт.

Находящимся в Беларуси пользователям доступна для установки только международная версия мессенджера WeChat с ограниченным функционалом (пригодна только для частных целей: общения с другими пользователями, чтения статей, просмотра видео и т.д.). Чтобы использовать полнофункциональную версию мессенджера, получить аккаунт для бизнеса и работать с предусмотренными в WeChat рекламными

инструментами, необходимо зарегистрировать компанию на территории материкового Китая.

*Справочно. Пошаговая инструкция по регистрации в WeChat доступна по ссылке: [https://help.wechat.com/cgi-bin/micromsg-bin/oshelpcenter?t=helpcenter/topic\\_detail&opcode=2&plat=ios&lang=en&id=1208117b2mai141024umjynq&Channel=helpcenter](https://help.wechat.com/cgi-bin/micromsg-bin/oshelpcenter?t=helpcenter/topic_detail&opcode=2&plat=ios&lang=en&id=1208117b2mai141024umjynq&Channel=helpcenter).*

*Руководство по регистрации и верификации корпоративного аккаунта можно получить по ссылке: <https://enterchina.ru/blog/registratsiya-akkaunta-v-wechat-dlya-biznesa/?ysclid=lufj8o4rqd425612408>.*

**Weibo** – вторая по популярности китайская социальная сеть для микроблогов. Если WeChat чаще используется для общения с иными пользователями, то Weibo более публичная и открытая платформа (533 млн. активных пользователей в месяц, 57 минут в среднем пользователи проводят в Weibo каждый день).

Weibo позволяет делиться с подписчиками как короткими постами, так и статьями с иллюстрациями, загружать и делиться видео, фотографиями, аудиозаписями, проводить опросы и видеотрансляции. Зарегистрироваться в Weibo могут как физические лица (личный аккаунт), так и представители компаний (корпоративный аккаунт). Корпоративный аккаунт в Weibo создается для частных компаний, занимающихся коммерческой деятельностью и продвижением в соцсети, государственных учреждений, заинтересованных в более широкой открытости своей работы, официальных СМИ, использующих площадку для своей информационной деятельности и расширения аудитории. Для корпоративного аккаунта необходима обязательная верификация, подтверждающая достоверность данных о компании или организации, создавшей свой профиль в Weibo. Платформа предоставляет возможности регистрации аккаунта для иностранного бизнеса. Белорусские компании также могут зарегистрировать и верифицировать свой аккаунт, чтобы популяризировать товары среди китайской аудитории и расширять предложение своего продукта в Китае.

*Справочно. Зарегистрироваться на платформе можно, перейдя по ссылке <https://weibo.com/signup/signup.php?>.*

*Подробная инструкция о регистрации, верификации и продвижении товаров на Weibo доступна по ссылке: <https://as-pacific.com/blog/category-kitayskiye-sotsialnyye-seti-i-messendzhery/akkaunt-v-weibo-registratsiya-i-prodvizhenie/?ysclid=lufi6dzoey367695747>.*

### **Рекомендации:**

Количество интернет-пользователей Китая достигает 1 млрд. человек, большую часть которых составляют пользователи социальных сетей. Они действительно лидируют в цифровом пространстве КНР. Современные

китайские мессенджеры наделены различным функционалом и являются очень эффективным инструментом для продвижения товаров и привлечения внимания потенциальных китайских потребителей.

Самый простой и дешевый способ изучения спроса на товар со стороны китайских потребителей – это тематические группы в WeChat. В мессенджере всегда можно найти группы, соответствующие тематике продвижения (потребления) товаров интересующей категории, и размещать регулярные контент-сообщения, содержащие описание предлагаемого товара либо ссылку на сайт белорусского предприятия. У каждой WeChat-группы есть ограничение по количеству пользователей до 500 человек, но таких групп могут быть десятки и сотни. Участие в тематических группах и изучение реакции на сообщения о товарах – это самая простая возможность оценить заинтересованность китайских пользователей в предлагаемой продукции. Наличие же обратной связи от потенциальных потребителей указывает на целесообразность дальнейшего более активного продвижения товара, в том числе с использованием корпоративных аккаунтов (на коммерческой основе) и иных маркетинговых инструментов.

В сравнении с практичностью WeChat, сервис микроблогов Weibo – это больше имиджевый инструмент, направленный на популяризацию бренда, где нашедший интересующий товар пользователь может перейти на сайт производителя (продавца), подписаться на WeChat-обновления и задать необходимые вопросы. Weibo также предлагает встроенные инструменты для продвижения изображений и видео-сообщений определенной тематики через интеллектуальный охват соответствующей аудитории. С учетом значительного числа пользователей Weibo является одной из самых рекомендуемых платформ для продвижения бизнеса в Китае.

### **SEO-продвижение в Baidu**

SEO оптимизация в Baidu – еще один эффективный инструмент продвижения товаров на внутреннем рынке Китая.

*Справочно. Baidu - китайская поисковая система, основанная в 2000 году, собирающая ежемесячно от 4,6 до 4,9 млрд. посещений. 93,65% из них приходится на Китай, 1,25% – на США, 1,24% – на Гонконг, 1,23% – на Тайвань, 0,56% – на Японию, 2,07% – на другие страны. Baidu занимает более 50% китайского рынка всех поисковых систем.*

*Поисковая оптимизация (продвижение сайтов) (англ. search engine optimization, SEO) - комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей с целью увеличения количества посещений потенциальными клиентами (потребителями).*

Поисковая выдача Baidu внешне похожа на Google. Главное отличие заключается в том, что Baidu ранжирует только сайты на упрощенном китайском языке. Для выхода компании на китайский рынок необходимо иметь сайт с контентом на китайском языке. Кроме того, время загрузки страницы является одним из важных факторов ранжирования, поэтому желательно размещать сайт на китайском хостинге.

При использовании данного инструмента следует обратить внимание на мобильную версию продвижения в Baidu SEO, потому что китайцы преимущественно используют мобильные телефоны для поиска того или иного продукта.

*Справочно. Для создания учетной записи в Baidu можно перейти по ссылке <https://passport.baidu.com/v2/?reg&overseas=1>.*

### **Реклама в Baidu.**

Для запуска рекламной кампании в Baidu важно понимание специфики китайской аудитории. Если белорусское предприятие нацелено на материковый Китай, языком рекламной кампании должен стать упрощенный китайский. Им пользуется подавляющее большинство китайцев. Вторая версия китайской письменности – традиционный китайский – используется, в основном, в Гонконге, Макао и Тайване.

### **Рекламные форматы Baidu.**

Наиболее востребованным форматом рекламы является поисковая рекламная кампания аукционного типа с оплатой за клик (PPC-кампания). Объявления занимают первые позиции в поисковой выдаче, что многократно повышает их шанс быть увиденными. Система контекстной рекламы очень похожа на аналог от Google. Рекламное объявление включает заголовок, две строки описания и изображение (опционально).

При участии в аукционе можно делать отдельные ставки для персональных компьютеров и мобильных устройств, что позволяет фрагментировать аудиторию по типу устройства.

Вторым по популярности рекламным форматом является контекстно-медийная реклама с оплатой за клик. В партнерскую сеть Baidu входят более 600 тысяч площадок. Таргетинг в этой огромной рекламной сети настраивается по стандартным критериям: география, пол, возраст, тип устройства, тематика, ключевые слова.

Кроме того, существует ещё два уникальных формата рекламы с фиксированной ежемесячной оплатой: Baidu Brand Zone и Baidu Mini Brand Zone.

### **Ограничения на рекламу в Baidu.**

В Китае действует Закон о рекламе от 27 октября 1994 г., в котором указано, что реклама не должна включать использование Государственного флага, Государственного герба или Государственного гимна КНР, наименований государственных органов или их должностных лиц, таких

слов, как «государственный уровень, высший класс или лучший», высказываний против социальной стабильности или угрожающих безопасности личности и имущества, наносящих ущерб общественным интересам, информации о насилии, этнической, расовой, религиозной или половой дискриминации и др.

В дополнение к общегосударственным запретам Baidu запрещает рекламировать медицинские приборы и инструменты, лечение и здоровье, франшизы, цифровые валюты, аукционные дома, секс-товары.

### **Документы для открытия рекламной кампании в Baidu.**

Существует два варианта пакета документов, требуемых для запуска рекламы в Baidu. Первый пакет предоставляется в том случае, если у рекламодателя отсутствует юридическое лицо в Китае. В него входит:

- переведённая на китайский язык национальная регистрационная лицензия (свидетельство о регистрации);

- переведённая на китайский язык выписка из госреестра с информацией о компании;

- скриншот страницы сайта на китайском языке с печатью компании;

- выписка из обслуживающего банка, переведённая на китайский язык.

Второй пакет необходим, если у рекламодателя есть юридическое лицо в материковом Китае:

- лицензия на ведение коммерческой деятельности в Китае;

- ICP лицензия.

*Справочно. ICP-лицензия (аббревиатура Internet Content Provider) – это разрешение, необходимое для работы любого веб-сайта с собственным доменным именем в Китае. ICP выдаётся Министерством промышленности и информационных технологий КНР. Существует два типа номера ICP: ICP-лицензия для коммерческих сайтов и ICP-регистрация для некоммерческих сайтов. Если сайт не имеет номера ICP, китайские интернет-провайдеры обязаны ограничить к нему доступ. Получение номера ICP занимает около 20 рабочих дней после подачи документов хостинг-провайдеру. Номера ICP для китайских веб-сайтов обычно можно увидеть на главной странице.*

### **Рекомендации:**

В случае, если белорусской компанией принято решение о продвижении своих товаров через Baidu, видится целесообразным для эффективного использования данного инструмента в продвижении товаров на рынке КНР совершить следующие операции:

- создать сайт в доменной зоне .cn на китайском хостинге;

- адаптировать сайт под потенциальных покупателей (упрощенный либо традиционный китайский язык);

оформить лицензию ICP через китайских посредников для легализации продвижения сайта (это обязательное требование по китайскому законодательству для сайтов в доменной зоне .cn).

Для успешного продвижения рекомендуем четко придерживаться правил оптимизации под Baidu, использовать дополнительные источники трафика и регулярно контролировать актуальностью контента на сайте.

*Справочно. Подробная информация о механизмах SEO на Baidu размещена по ссылке: <https://www.baidupartner.com/service/seo>.*