

Techart

Маркетинговая группа



Ассоциация практиков цифровизации
Комитет по маркетингу и расширенной
аналитике



Программа непрерывного
образования Edu.Techart

19.02.26

Современные инструменты автоматизации и персонализации маркетинга

techart.ru | promo.techart.ru | deassn.ru

Регистраций: 75 (компаний – 71), в т.ч.:

- топов: 38
- новых слушателей: 25.3%
- постоянных (4+) слушателей программы: 33
- с вопросами и обратной связью: 14

1999 — 2026

Ключевые компетенции «Текарт»

Маркетинговая стратегия, аналитика, прогнозирование, дизайн, веб-разработка, продвижение и реклама

Маркетинговый консалтинг

Бизнес-аналитика

Дизайн и брендинг

Веб-разработка

Продвижение и реклама

Фото и видео

Копирайтинг

26

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

20 000

выполненных проектов

160

сотрудников в штате

39 000+

клиентов, и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место

консалтинг в области маркетинга и PR» (RAEX)

3 место

полносервисные диджитал-агентства (Рейтинга Рунета)

ТОП 100

в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников

Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т.д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

Отраслевой трек

3

года работы

8 500+

участников из 1 900 компаний

37

спикеров

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

1. Персонализация коммуникаций на разных этапах воронки.
2. Сервисы для автоматизации, доступные в России.
3. Интеграция инструментов в единую маркетинговую экосистему.
4. Маркетинговые задачи ИИ.
5. Ответы на вопросы.

Проблематика

- Стоимость привлечения новых клиентов выросла в 5–7 раз, чем удержание существующих, а эффективность классических маркетинговых каналов продолжает падать. (ksonline.ru)
- Современные потребители требуют «гиперперсонализации» — уникального персонализированного контента и предложений. (vc.ru)
- Растёт число каналов и сервисов: появляется всё больше SaaS-инструментов для рекламы, аналитики и CRM. (blog.click.ru)

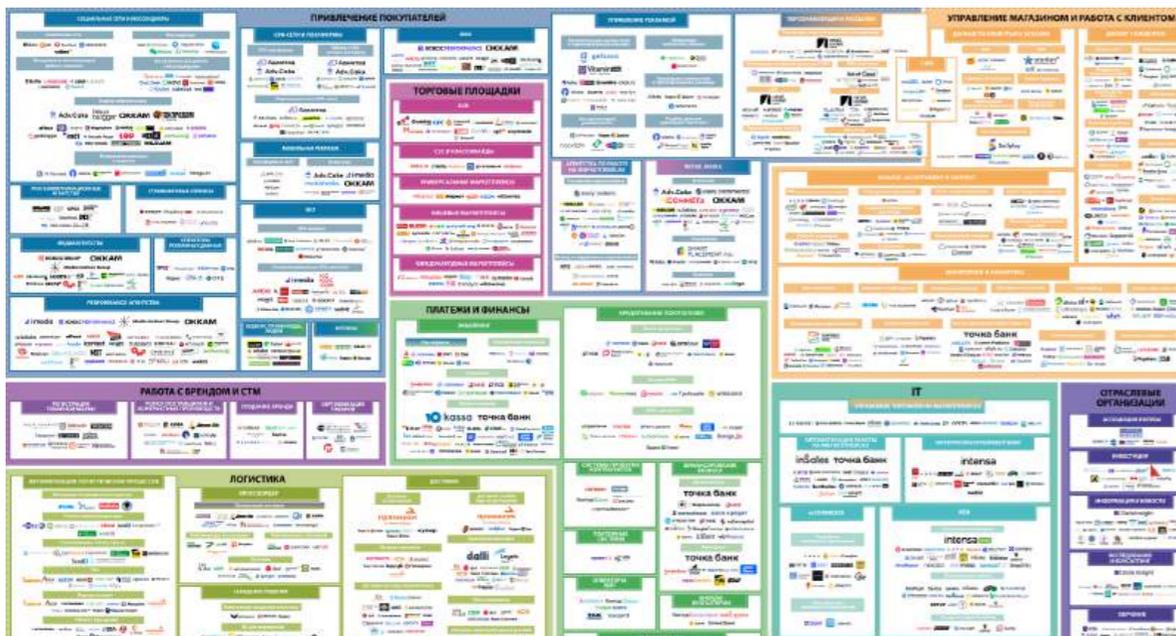


Чтобы не утонуть в рутине, компаниям нужны решения, объединяющие данные из разных источников и автоматизирующие коммуникации.

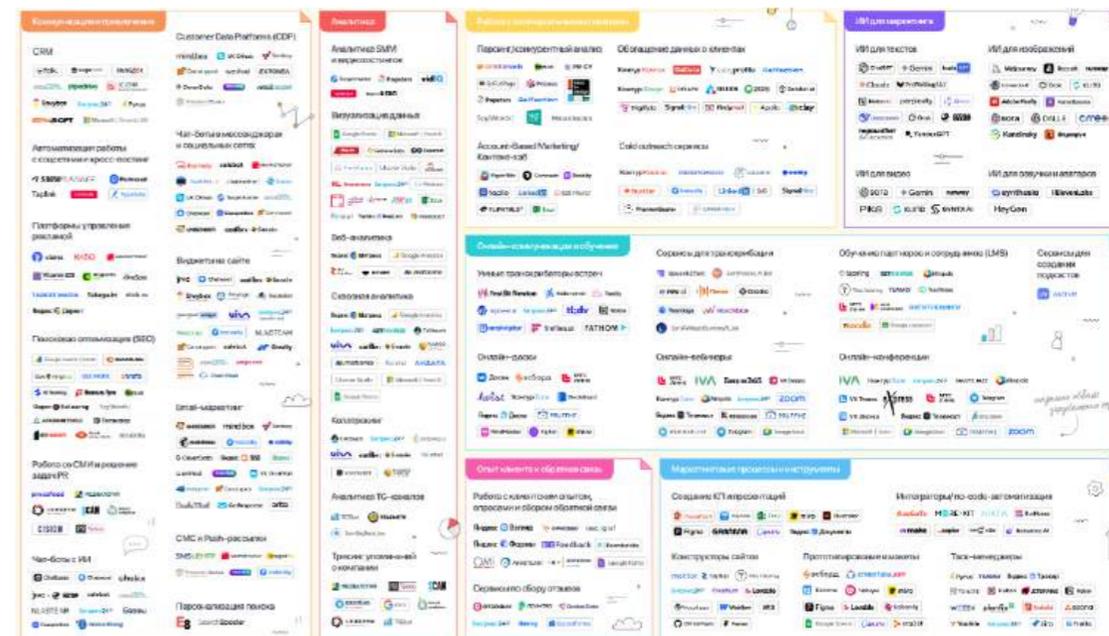
Многообразие доступного инструментария

Современный маркетинг использует множество каналов: email, сайты, соцсети, мессенджеры, реклама, мобильные каналы и т.д. Но чем больше каналов, тем сложнее управлять ими вручную.

[Экосистема ecom \(2025\)](#)



[B2B-MarTech карта \(2025\)](#)



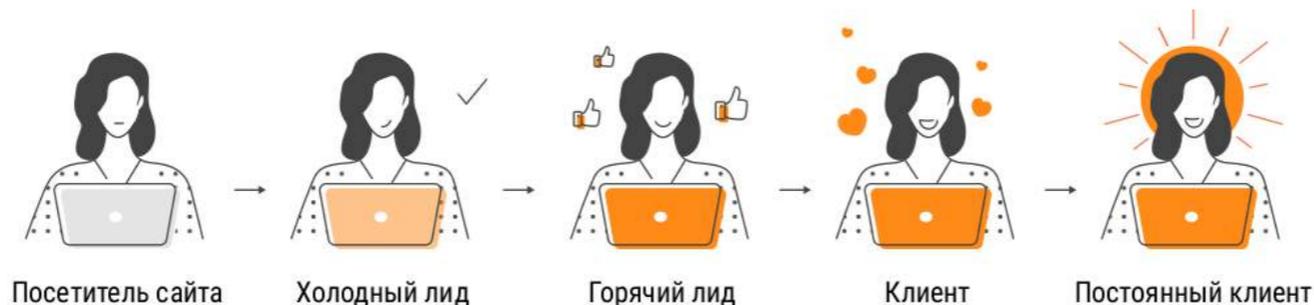
! Эффективное и согласованное использование всего доступного инструментария невозможно без автоматизации.

Маркетинговая воронка и инструменты

Уровень воронки	Цели	Примеры инструментов/каналов
Узнаваемость и привлечение Верх воронки (ToFu — Top of Funnel)	<ul style="list-style-type: none">• Повысить узнаваемость• Привлечь трафик	<ul style="list-style-type: none">• Платформы управления контентом• Социальные сети• Системы контекстной и таргетированной рекламы• SEO• Работа со СМИ и PR площадками• Платформы для работы с инфлюенсерами• Системы мониторинга упоминаний
Интерес и вовлечение	<ul style="list-style-type: none">• Удержание внимания• Первичный контакт	<ul style="list-style-type: none">• Конструкторы форм и калькуляторов• Чат-боты• Системы персонализации• CRM• Платформы проведения вебинаров и других онлайн-мероприятий
Рассмотрение Середина воронки (MoFu — Middle of Funnel)	<ul style="list-style-type: none">• Прогрев и обучение клиента	<ul style="list-style-type: none">• Email, SMS, push рассылки• CDP• Платформы ретаргетинга• Обогащение данных о клиентах
Действие Низ воронки (BoFu — Bottom of Funnel)	<ul style="list-style-type: none">• Принятие решения и покупка	<ul style="list-style-type: none">• Сквозная аналитика• Call-tracking• Оплата и эквайринг• Мониторинг КП• ЭДО
Лояльность	<ul style="list-style-type: none">• Повышение LTV• Стимулирование повторных продаж	<ul style="list-style-type: none">• Программы лояльности• Базы знаний• UGC-платформы• Сервисы сбора обратной связи

Понятие автоматизации маркетинга

Автоматизация маркетинга — использование специализированных программ, сервисов и других технических решений для алгоритмизации процессов коммуникации, лидогенерации и стимулирования повторных продаж.



Выгоды от автоматизации



Экономия ресурсов команды.

Специалисты фокусируются на задачах, которые требуют их внимания.



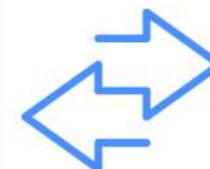
Улучшение взаимодействия с клиентами.

Персонализированные сообщения отправляются в нужное время, без участия менеджера.



Повышение точности и эффективности процессов.

Меньше ошибок, лучше результаты.



Интеграция с другими системами.

Типовые механики автоматизации

1. Захват и квалификация лидов

- Лид-магниты (всплывающие окна, калькуляторы, демо, чек-листы)
- Формы и квизы
- Проверка контрагентов

2. Распределение и обработка заявок

- Диспетчеризация лидов по правилам (регион, продукт, сегмент)
- Автоматическая постановка задач менеджерам
- Напоминания о «зависших» заявках

3. Персонализация коммуникаций

- Триггерные email/SMS/push-рассылки
- Поведенческие цепочки прогрева
- Чат-боты и автоответчики
- Персонализация сайта и предложений

4. Сегментация и управление базой

- Автоматическая сегментация клиентов
- Обновление профиля клиента
- Объединение данных из разных каналов
- Формирование аудиторий для рекламы

5. Оценка и квалификация лидов

- Скоринг лидов по поведению и профилю
- Выделение «горячих» клиентов

6. Автоматизация продаж

- Генерация коммерческих предложений, договоров и счетов.
- Электронное подписание документов.

7. Удержание и развитие клиентов

- Программы лояльности
- Опросы удовлетворенности

8. Аналитика и оптимизация

- Сквозная аналитика по каналам
- Автоматические отчёты
- Контроль эффективности менеджеров

Сервисы для триггерных рассылок

09



DashaMail



mindbox



Формы, квизы и пр.

10

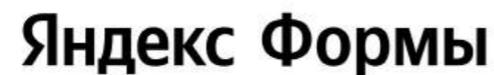
Конструкторы Pop-up:



Создание квизов:



Конструктор форм:



Конструктор калькуляторов:



Брошенные корзины:



Онлайн-чаты:



Персонализация и динамический контент

retailrocket

 sales ninja

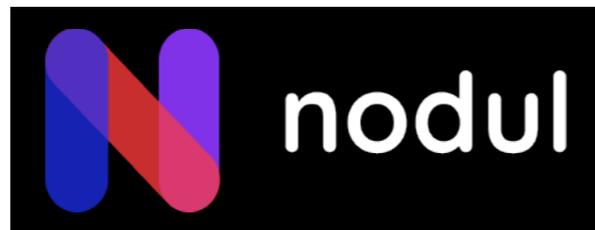
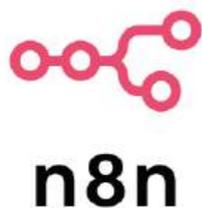


 Carrot quest

mindbox

Конструкторы ИИ-агентов

12



Примеры:

- SMM-менеджер
- Квалификация входящих лидов
- Техподдержка и консультации 24/7
- Поиска и оценка упоминаний компании
- HR-ассистенты

Платформы клиентских данных

13

CleverData 

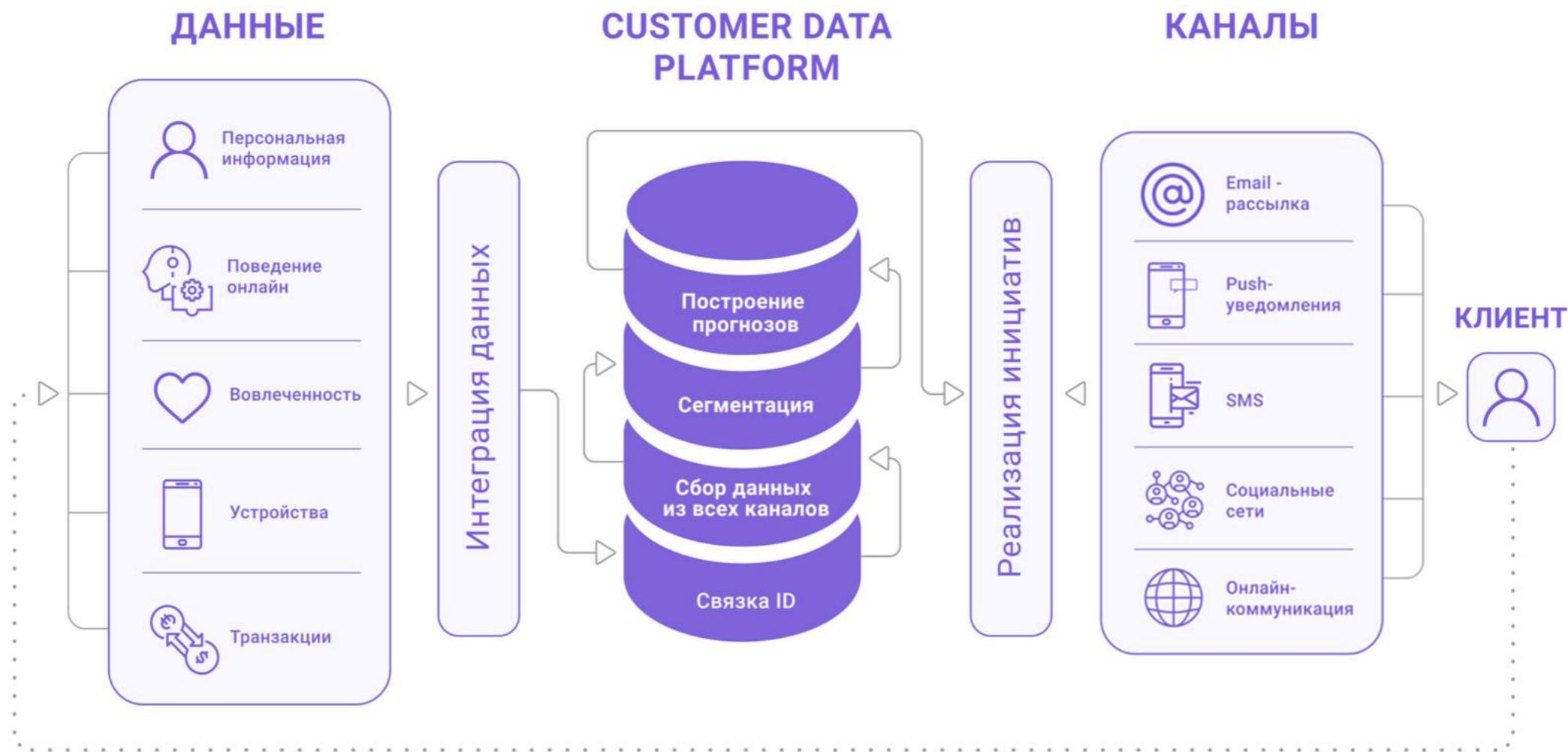
alkraft

АНДАТА

mindbox 

 Calltouch

Современная система маркетинга строится вокруг данных о клиенте



Современная система маркетинга строится вокруг данных о клиенте

Источники трафика (привлечение)

- Контекстная реклама — Яндекс.Директ
- Таргетированная реклама — VK Ads
- Соцсети и контент — ВКонтакте, Telegram



Сайт и лендинги

- Веб-аналитика — Яндекс.Метрика
- Коллтрекинг — Calltouch

Фиксируются:

- Cookie/deviceID
- Источники визита
- Звонки
- Формы



Центр данных клиента (CDP)

Формирует:

- Единый профиль клиента
- История всех касаний
- Сегменты аудиторий
- Предиктивные модели
- Триггеры коммуникаций



CRM-система или другой операционный контур

Хранит:

- Контакты и контрагенты
- Сделки и статусы
- Историю коммуникаций
- Менеджеров и задачи



От слов к делу: рекомендации

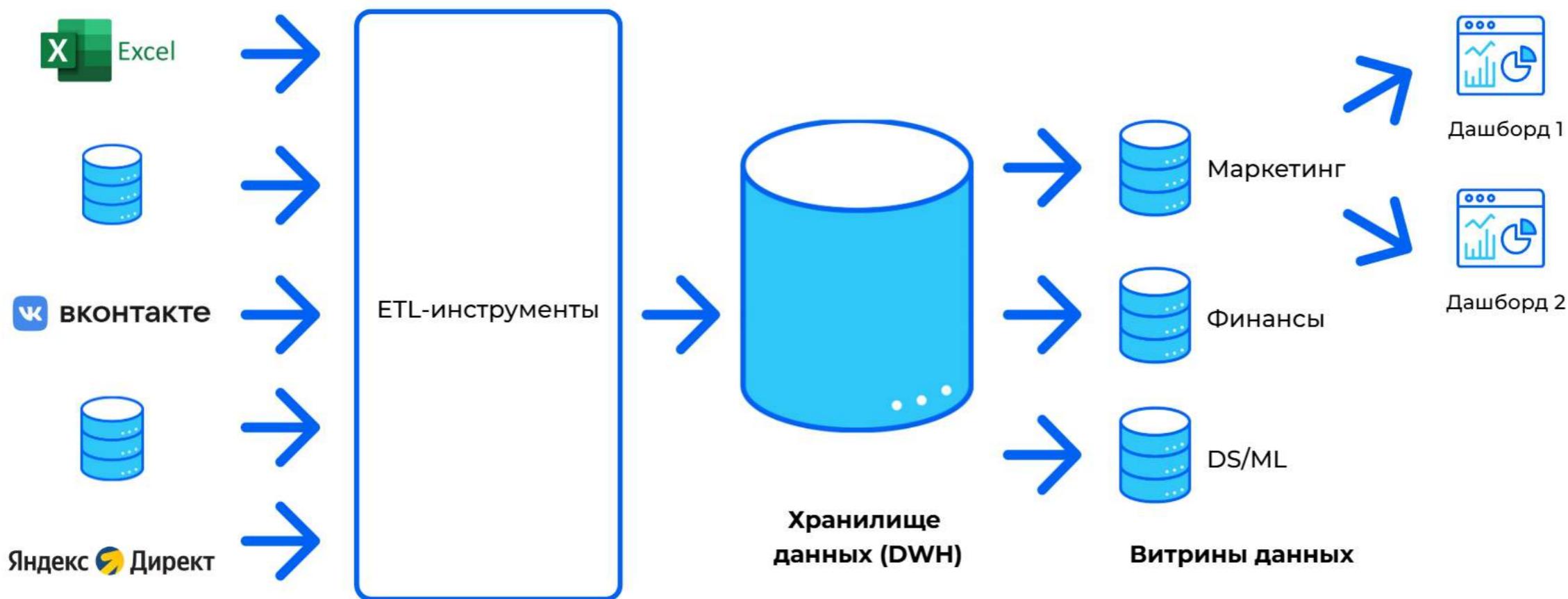
1. Сделайте MVP — работающую систему с минимальным набором функций, которая функционирует уже сейчас, и в дальнейшем добавляйте в нее новые сервисы.
2. Четко обозначьте цели и задачи. «Давайте автоматизируем работу» или «Нам нужна маркетинговая платформа» — плохие вводные, которые заведут в тупик.
3. Если вы прибегаете к помощи подрядчиков, не стоит сразу писать свое видение/ТЗ на 200+ страниц. Лучше расскажите, что сейчас вас не устраивает и к чему вы хотите прийти.
4. Не бойтесь ошибок! Не всегда удастся быстро найти нужное решение. Иногда кажется, что никто до вас не решал подобных задач и надо обязательно разрабатывать свой продукт. Чаще всего это не так, и надо попробовать не один сервис, чтобы найти тот, который решит вашу проблему.

Вопросы к вебинару

1. Как связать данные из рекламных кабинетов, CRM и сайта, чтобы видеть единую картину по клиенту?
2. Иногда email и пуш-уведомления как-будто слишком попадают с предложениями.
Есть ли «этичная» граница в персонализации?
3. Как выбрать CRM или другой сервис среди десятков вариантов? Может есть ТОП критериев, по которым стоит выбирать?
4. Практически все сервисы платные и иногда достаточно дорогие. Есть ли бесплатные программы?
5. Эффективно ли применить метод создания витрины данных для автоматизации распределения заявок для коммерческого отдела?
6. Как автоматически сегментировать входящие лиды и распределять их между менеджерами?
7. Как настроить сквозную аналитику?
8. Можно как-то автоматически напоминать клиентам о себе после расчёта или КП?
Менеджеры часто «забывают».
9. Какие конкретно программы ИИ эффективны в маркетинге и продажах?
Какие задачи они могут решать?

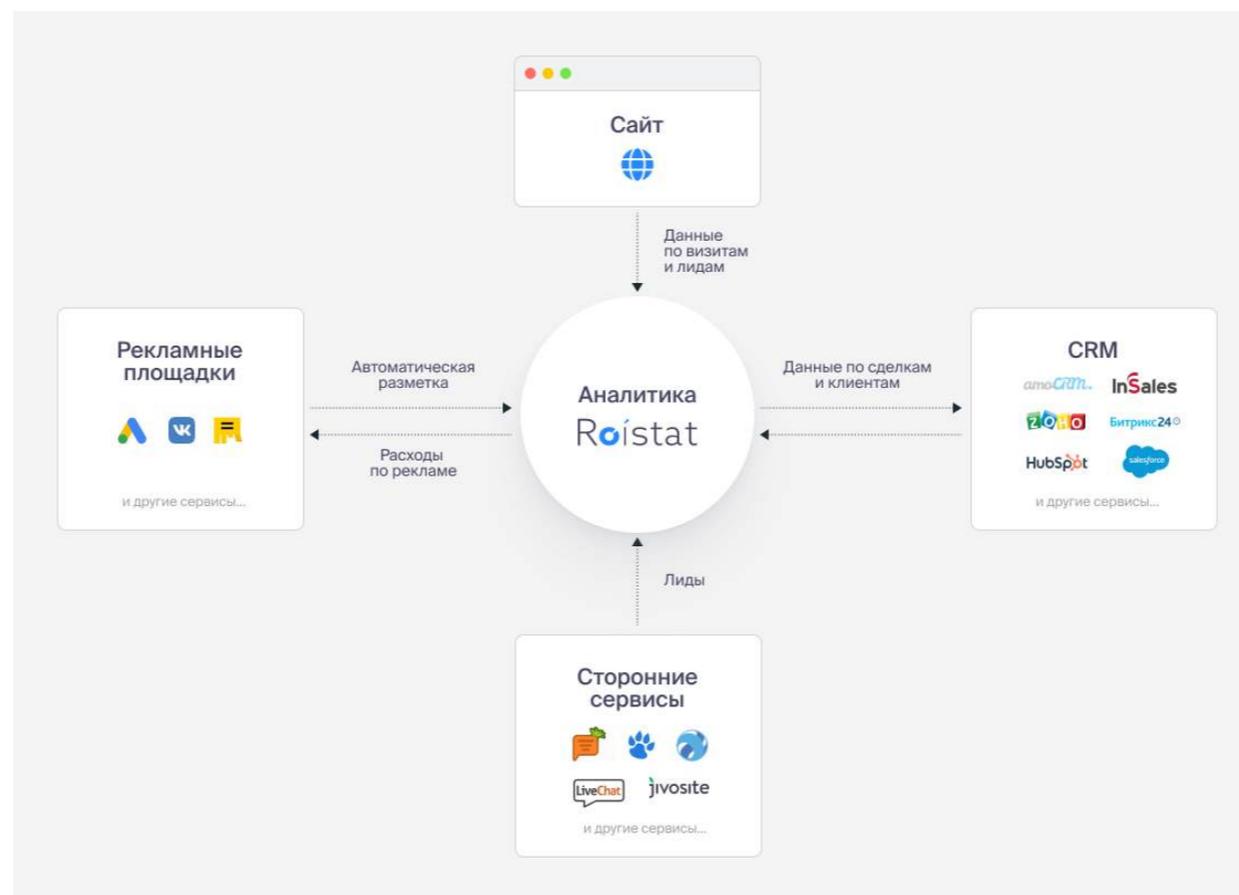
Вопросы к вебинару

❓ Эффективно ли применить метод создания витрины данных для автоматизации распределения заявок для коммерческого отдела?



Вопросы к вебинару

❓ Как настроить сквозную аналитику?



[Сквозная аналитика — от первого показа объявления до оплаты и отгрузки](#)

Вопросы к вебинару

20

❓ Можно как-то автоматически напоминать клиентам о себе после расчёта или КП?



Dockity



B2B FAMILY

Вопросы к вебинару

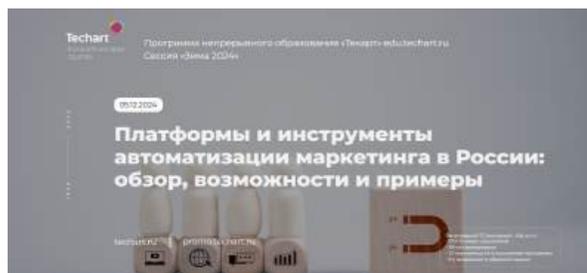
❓ Какие конкретно программы ИИ эффективны в маркетинге и продажах? Какие задачи они могут решать?

1. [DeepSeek](#), [YandexGPT](#), [Perplexity](#), [ChatGPT](#), [Claude](#) — универсальные модели для работы с текстом.
2. [Kandinsky](#), [Шедеврум](#), [Midjourney](#), [Nano Banana \(Gemini\)](#), [ChatGPT Images](#) — универсальные модели для работы с изображениями.
3. [Kling](#), [Midjourney](#), [Runway](#), [Kandinsky](#) — создание видео.
4. [Syntx](#), [Moleculai](#), [Chadgpt](#), [Bothub](#) — агрегаторы нейросетей для РФ.
5. [Fabula](#), [Vectormind](#), [Looka](#) — создание логотипов.
6. [Heygen](#), [Viralmxing](#) — создание контента для соц. сетей
7. [Teamlogs](#), [Charla](#), [FollowUP](#), [MyMeet](#) — транскрибация текстов и видео, обобщение и подведение итогов встреч.

[Практика применения ИИ для написания текста](#)

Наши материалы по теме

22



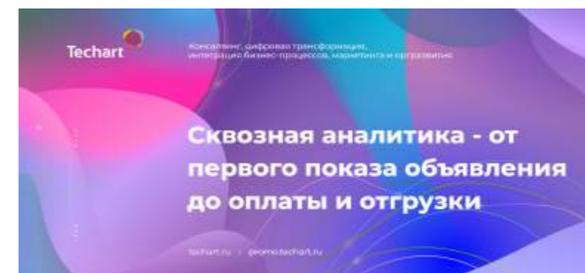
05.12.2024

[Платформы и инструменты автоматизации маркетинга в России: обзор, возможности и примеры](#)



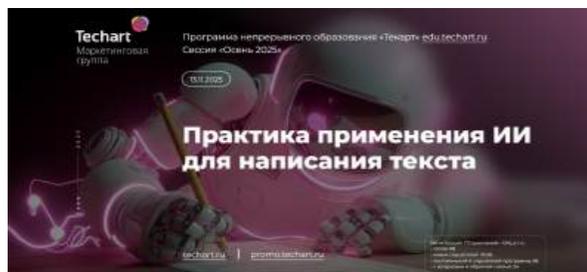
12.10.2023

[Автоматизация и персонализация маркетинга: инструменты, сценарии и кейсы](#)



15.06.2023

[Сквозная аналитика - от первого показа объявления до оплаты и отгрузки](#)



13.11.2025

[Практика применения ИИ для написания текста](#)



17.04.2025

[Martech 2025: как выбрать и интегрировать инструменты для бизнеса в России](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь



Стратегия, аналитика, контент, разработка,
продвижение



Андрей Титенко

Заместитель директора практики
интегрированного маркетинга

titenko@techart.ru

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Автоматизация маркетинга и продаж](#)
- [Автоматизация CRM](#)
- [Внедрение BI-систем \(business intelligence\)](#)
- [Автоматизация маркетинговой отчетности](#)
- [Разработка маркетинговых стеков](#)

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»

techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

Креативное агентство

creative.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

Работа в «Текарт»

hr.techart.ru

Образовательная программа

edu.techart.ru



[TechartPulse](#)

Рабочий пульс: проекты,
кейсы, публикации



[Techart_ru](#)

Системное развитие
бизнеса



[Edu_Techart](#)

Непрерывное образование
для директоров по маркетингу