

Вместе с тем ни одна новая технология не может похвастать только лишь положительными аспектами своего внедрения. Поэтому предлагаем к рассмотрению недостатки 3D-печати:

- 1) негативное влияние на развитие транспорта и логистики;
- 2) риск нарушения авторских прав. Этот вопрос сегодня решает шведская компания Formeo, которая запустила стартап, направленный на защиту интеллектуальной собственности в процессе 3D-печати;
- 3) сложность подбора правильного материала для печати;
- 4) спорность полной экологичности 3D-принтеров. В Британии были проведены исследования, в результате которых выяснилось, что большие 3D-принтеры для плавления пластмассы использовали в 50–100 раз больше электроэнергии, чем стандартное оборудование.

Таким образом, об исчезновении отрасли логистики говорить, скорее всего, не придется, но изменения в этой, как и во многих других сферах, несомненно, произойдут. Технология 3D-печати — это не замена сферы логистики, а механизм для повышения качества достижения поставленных перед логистами задач.

### Литература

1. Дрозд, Е. Новые технологии логистики [Электронный ресурс] / Е. Дроздова // Интернет-маркетинг, контент-маркетинг, юзабилити и SMM. — Режим доступа: <https://rusability.ru/infographics/novyie-tehnologii-logistiki-infografika/>. — Дата доступа: 24.03.2017.

*А.Д. Зеленкова, Е.О. Костюкевич*  
*БГУУ (Минск)*

*Научный руководитель А.А. Гуртовой*

## WHITE PAPER КАК ОДИН ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ НА РЫНКЕ B2B

Цель исследования: знакомство аудитории с действенным инструментом в сфере маркетинга и анализ его эффективности относительно других инструментов.

Объект исследования: Маркетинговый инструмент white paper.

White paper, или белая книга, — это мощный инструмент B2B-маркетинга. Он представляет собой своеобразный гибрид журнальной статьи, брошюры и неакцентированного коммерческого предложения. Основная цель — предоставить полезную информацию о решении конкретной проблемы. В маркетинге white paper называют убедительные, авторитетные и глубокие отчеты по определенной теме, которые описывают не только проблему, но и, что наиболее важно, действенные способы ее решения [1].

Главной составляющей данного инструмента является текст, который занимает 8–15 страниц, чаще всего оформляется с минимальным количеством иллюстраций и в PDF- формате либо печатном виде. Книга посвящена узкой конкретной проблеме и предлагает варианты ее решения. Основывается на фактах, расчетах, цифрах и кейсах. Причины, по которым следует выбирать white paper: лидогенерация, высокий уровень экспертности и лояльности [2].

Нами была вычислена примерная стоимость создания white paper: минимум — 5391 у.е.; в среднем — 5775 у.е.; максимум — 9891 у.е. В ходе исследования была рассчитана цена одного привлеченного клиента. Таким образом, самым дорогим инструментом продвижения являются личные продажи (25 долл. США), а второй по стоимости — white paper (9,6 долл. США).

Нами было выявлено, что из 1000 компаний, получивших «белую книгу», 580 дочитали ее до конца, а 140 заключили договор. При использовании direct mail из 1000 компаний заключили договор лишь 100 клиентов. Только 110 компаний заключили сделку, используя такой инструмент продвижения, как SEO. В личных продажах к заключению контракта пришли лишь 70 компаний из 1000.

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что white paper — эффективный прием контент-маркетинга (занимает 1-е место среди всех рассмотренных инструментов), который при правильном подходе аккумулирует наиболее целевую и «конверсионную» аудиторию. Он помогает привлечь клиентов, увеличить прибыль и, как следствие, ведет к захвату доли на рынке. Затраты на данный инструмент относительно невелики, а эффективность высока.

### Литература

1. White paper — самый мощный маркетинговый инструмент в B2B [Электронный ресурс] // Сайт «Cossa». — Режим доступа: <http://www.cossa.ru/155/42321/>. — Дата доступа: 03.04.2017.

2. Секретное оружие бизнеса. Как белые книги расширят Вашу аудиторию и повысят качество лидов [Электронный ресурс] // Сайт «Blog Aweb». — Режим доступа: <http://blog.aweb.ua/sekretное-oruzhie-biznesa-kak-belye-knigi-rasshiryat-vashu-auditoriyu-i-povyshyat-kolichestvo-lidov/>. — Дата доступа: 04.04.2017.