

KZSalesHub

Почему CEO и топ-менеджеры должны вести соцсети?

В B2B-продажах доверие к компании играет ключевую роль. Один из мощнейших инструментов для его формирования — личный бренд CEO и топ-менеджеров. Активное присутствие руководителей в социальных сетях (LinkedIn, Telegram, Twitter и др.) напрямую влияет на продажи и репутацию компании. Разберёмся, почему.

KzSalesHub

ДОВЕРИЕ К КОМПАНИИ ЧЕРЕЗ ЛИЦО ЛИДЕРА

Люди доверяют людям, а не безликим корпорациям. Если **СЕО** делится своими мыслями, рассказывает о развитии бизнеса, его путь становится ближе и понятнее для потенциальных клиентов.

В **B2B**-продажах часто важно видеть, кто стоит за продуктом или сервисом. Компании с активными лидерами вызывают больше доверия.

Пример: Илон Маск (**Tesla, SpaceX**) или Павел Дуров (**Telegram**) — их личности делают бренды сильнее, даже без активной рекламы.

ПРЯМОЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРОДАЖИ

Когда топ-менеджеры пишут о бизнесе, технологиях, боли клиентов — это не просто контент, а мягкий маркетинг и привлечение лидов.

Пост **CEO** или **CMO** может привести к сделке больше, чем рекламная кампания, потому что он транслирует ценности бизнеса и демонстрирует экспертность.

Пример: Пост о том, как компания решила сложную проблему клиента, может привлечь аналогичных заказчиков.

70% B2B-покупателей изучают соцсети **CEO** перед заключением сделки (по данным **Edelman Trust Barometer**).





KZSalesHub

УПРОЩАЕТ ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ И ПАРТНЕРОВ

Если топ-менеджеры активно рассказывают о своих достижениях и планах, их компания чаще попадает в поле зрения инвесторов и партнёров.

Личный бренд помогает убедить в перспективности бизнеса без долгих презентаций.

Пример: Многие инвесторы читают посты основателей стартапов в **LinkedIn** и **Twitter**, прежде чем рассмотреть их проекты.

HR-МАРКЕТИНГ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛУЧШИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Компании с медийными лидерами легче привлекают талантливых специалистов.

Кандидаты часто смотрят на публичность и позицию руководства, чтобы понять, стоит ли идти в компанию.

Пример: Если **СЕО** делится стратегиями роста, обсуждает культуру компании и отвечает на вопросы — к нему хотят идти работать.

KZSalesHub

БОРЬБА С НЕГАТИВОМ И УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

**В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ ГОЛОС
СЕО МОЖЕТ БЫСТРО РАЗЪЯСНИТЬ
СИТУАЦИЮ И МИНИМИЗИРОВАТЬ
УЩЕРБ РЕПУТАЦИИ.**

**ЕСЛИ КОМПАНИЯ МОЛЧИТ, СЛУХИ
РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ БЫСТРЕЕ. ЕСЛИ
СЕО ДАЁТ КОММЕНТАРИИ –
КЛИЕНТЫ ОСТАЮТСЯ ЛОЯЛЬНЫМИ.**

Пример: Когда у сервиса **Cloudflare** был сбой, его **СЕО** Мэттью Принс лично объяснял проблему в **Twitter**, и это снизило волну негатива.

ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ ЛИЧНЫЙ БРЕНД ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ РЕКЛАМА

Пост CEO, набравший 10 000 просмотров, может привлечь больше клиентов, чем таргетированная реклама за тысячи долларов.

Личный контент проще распространяется — его лайкают, репостят, комментируют.

Пример: В LinkedIn один хороший пост может собрать 100 000+ просмотров без бюджета на рекламу.



ГДЕ СЕО И ТОП-МЕНЕДЖЕРАМ ВЕСТИ СОЦСЕТИ?

LinkedIn — основная площадка для B2B (статьи, кейсы, индустриальные инсайты).

Telegram — личные блоги, обсуждение трендов, закрытые сообщества.

Twitter (X) | Threads — быстрые мысли, инсайты, комментарии к событиям.

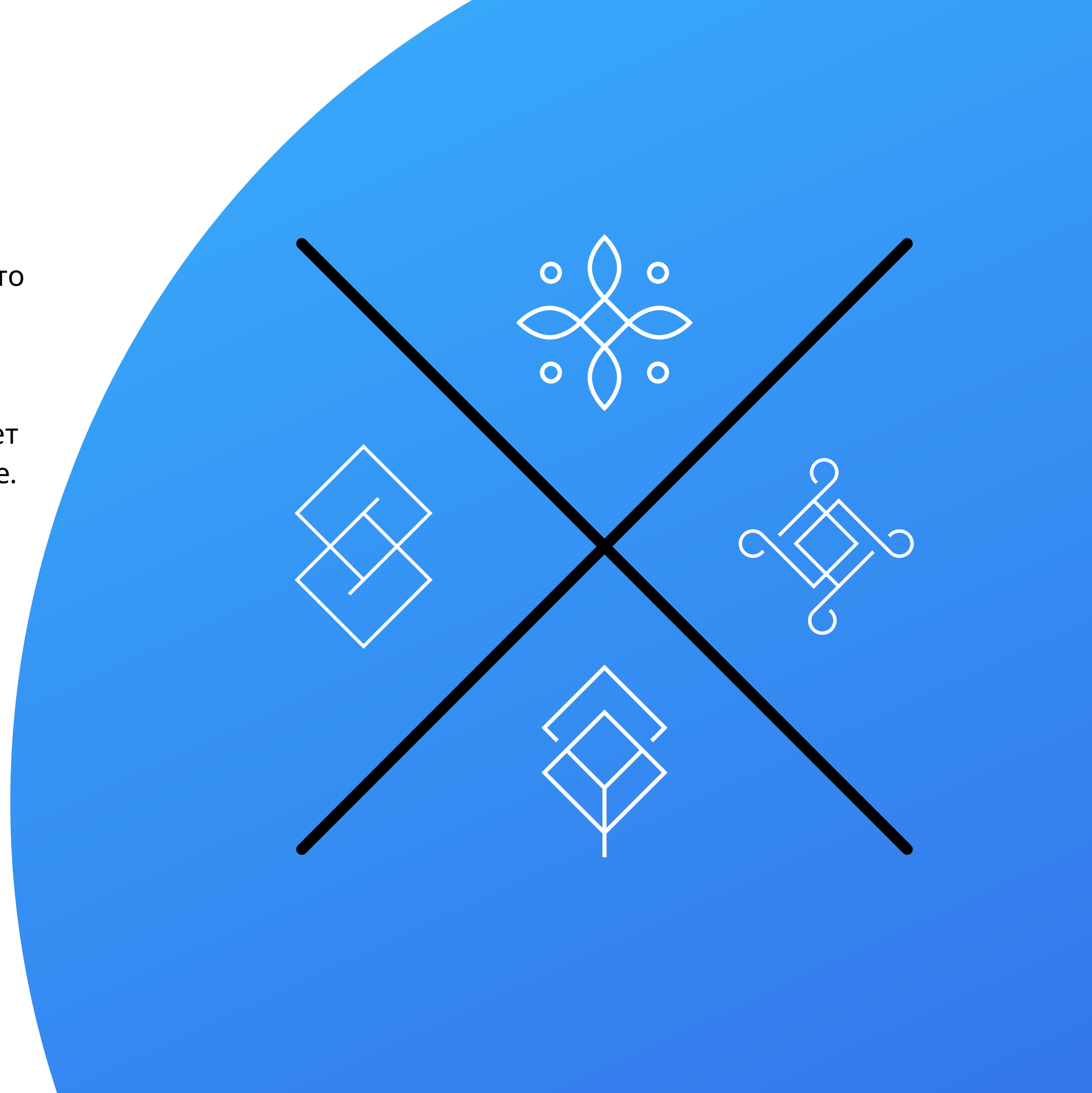
YouTube / TikTok — видеоконтент, демонстрация продукта, экспертные интервью, подкасты| кейсы.



НАШЕ МНЕНИЕ

Личный бренд СЕО и топ-менеджеров — это не просто тренд, а мощный инструмент для роста продаж, HR-маркетинга и управления репутацией.

Если лидер компании не в соцсетях — он проигрывает конкурентам, у которых есть узнаваемость и доверие.





THANK YOU

KzSalesHub