

Взаимодействие с пользователями на поле бренда в социальных медиа

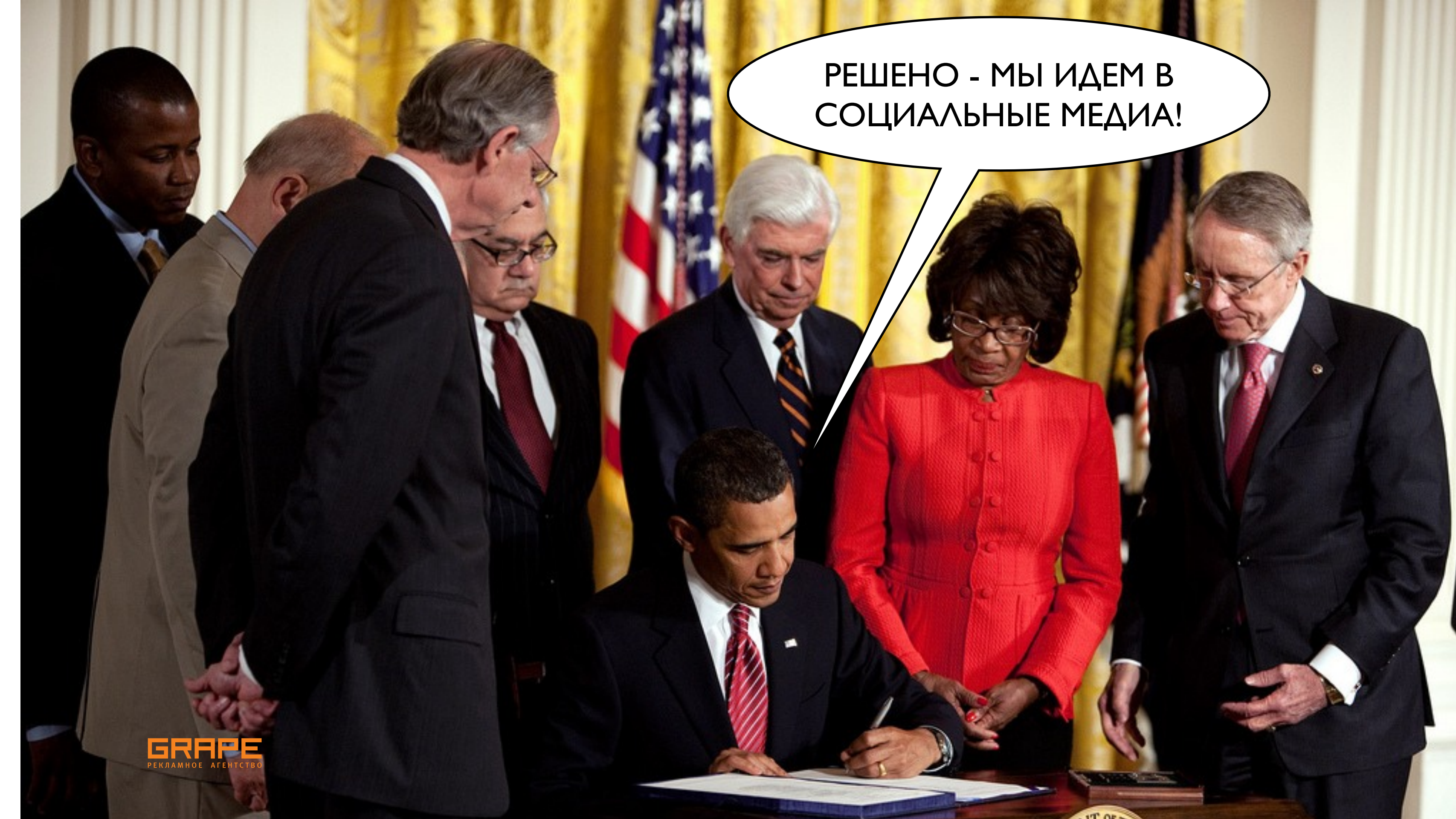
21.04.2010

GRAPЕ
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО



Социальные медиа - новая
надежда бизнеса.

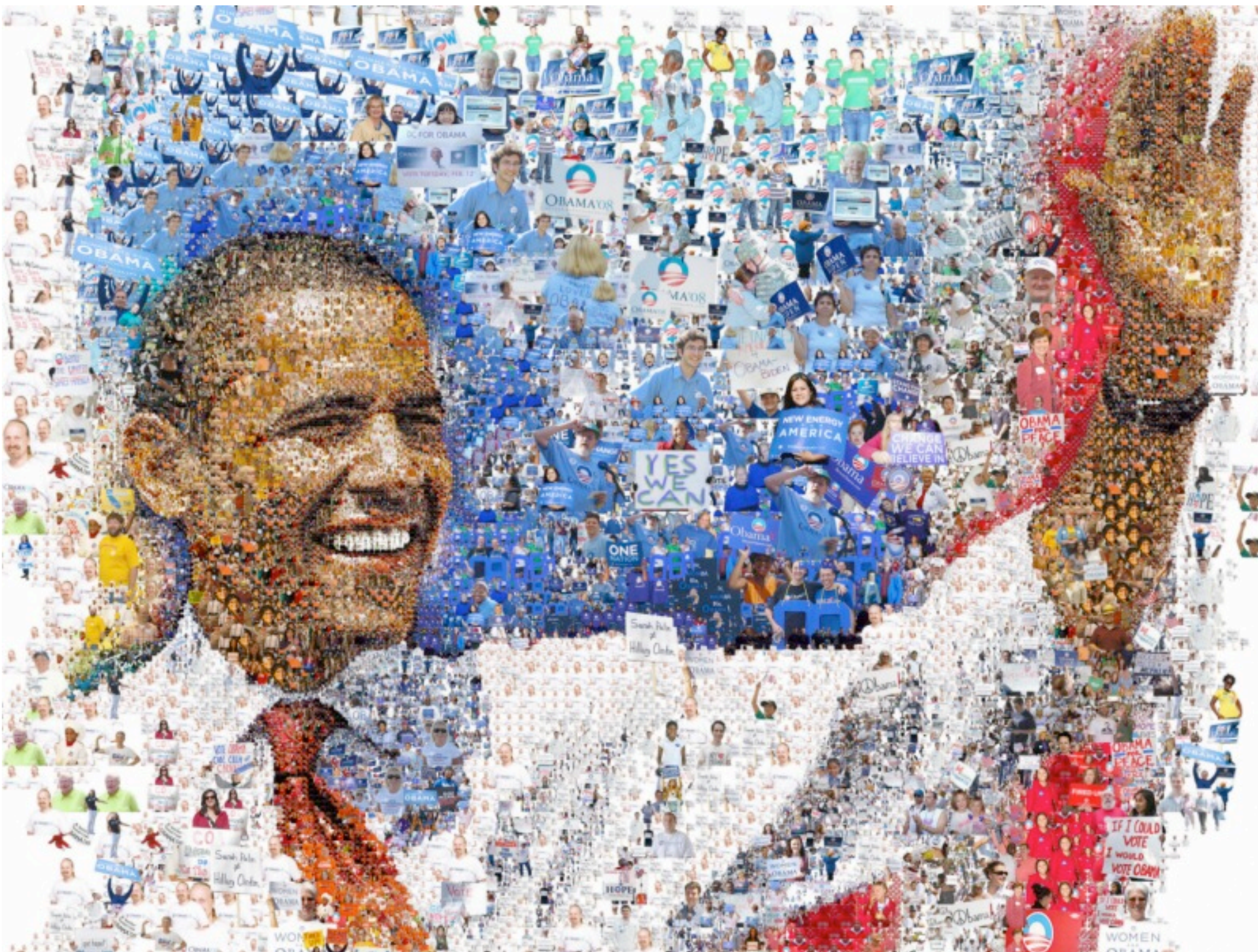
Главный buzzword
конференций по маркетингу и
рекламе

A photograph of Barack Obama signing a document at a desk, surrounded by several advisors. A speech bubble is overlaid on the image, pointing towards the group. The background features the American flag and gold curtains.

РЕШЕНО - МЫ ИДЕМ В
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА!

A close-up portrait of Barack Obama, looking thoughtful with his hand resting on his chin. The background is a blurred mix of blue and red.

МЫ ЗАВЕЛИ АККАУНТЫ В
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. ЧТО
ЖЕ ДЕЛАТЬ ДАЛЬШЕ?



Кандидат 2.0

Использование social media на каждом этапе предвыборной борьбы позволило Баракку Обаме выиграть выборы

5 000 000 активных сторонников в 15 социальных сетях



Что же делать бренду?

Работа бренда в социальных медиа
состоит из двух основных элементов –
построение платформы и
вовлечение пользователей **в**
коммуникацию.

Платформа

Анализ аудитории - ключ к успешной
работе в социальных медиа.

Вопросы:

Где аудитория

Интересы и **инсайты**



8:00



10:00



12:00



14:00



16:00



18:00



20:00



22:00



День в социалках

За последние 2-3 года
значительно изменилась

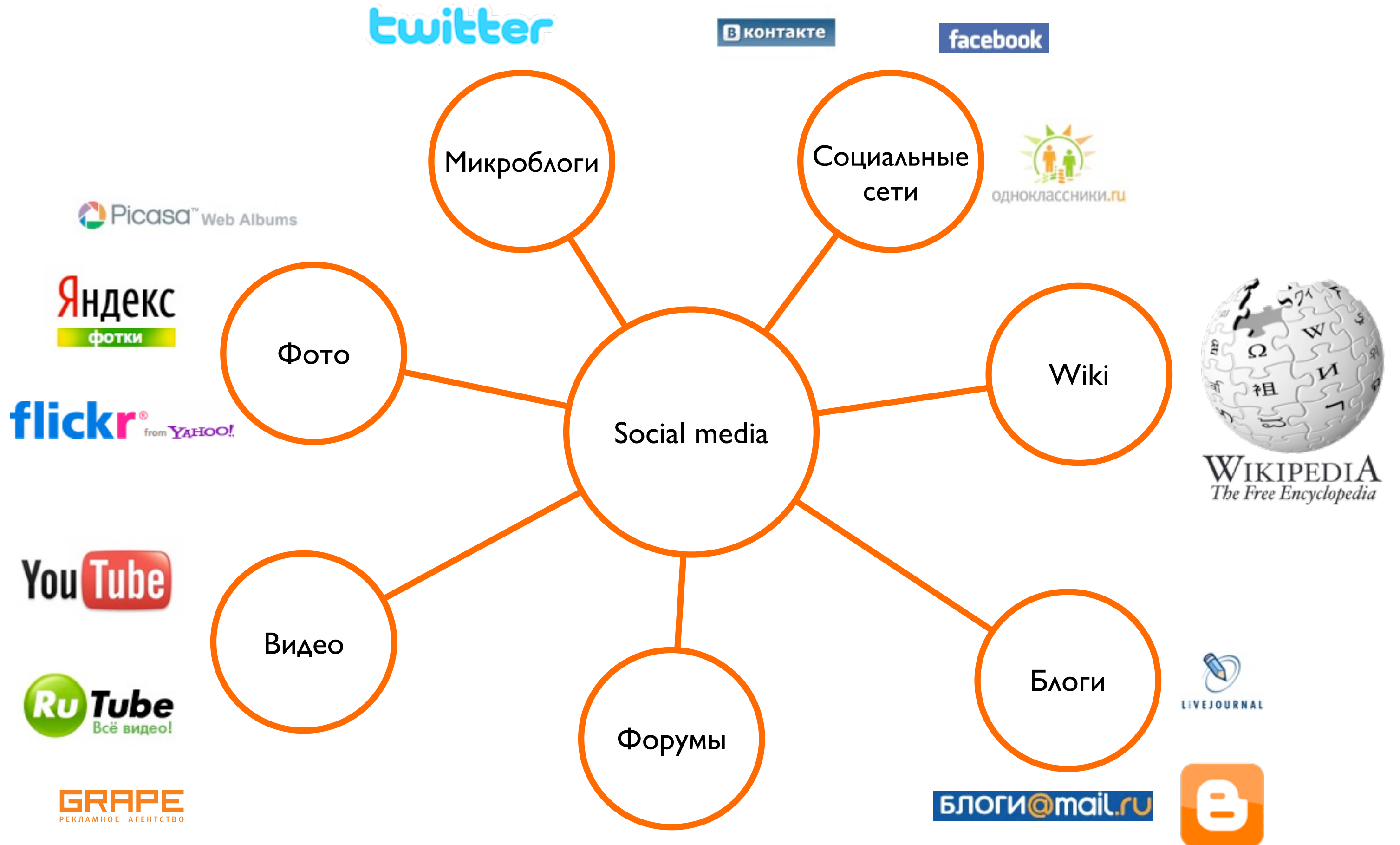
МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ
пользователя в сети.

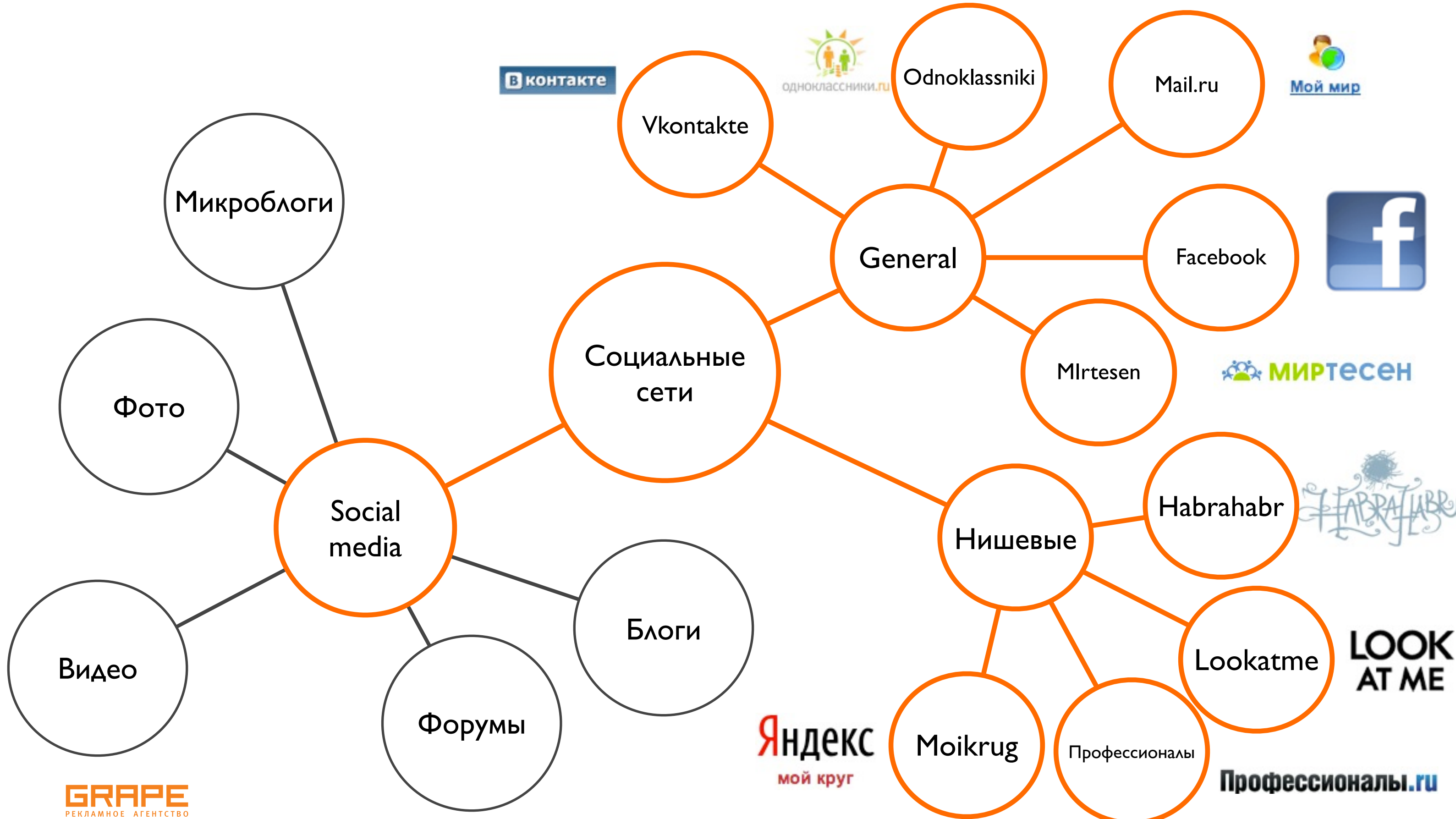
Пользователи **мигрируют**
из одной социальной сети в
другую.

Площадок онлайн-
социализации **очень много**

Одного канала
присутствия в
социальных медиа часто
бывает **недостаточно**
для полноценного
взаимодействия с
аудиторией.





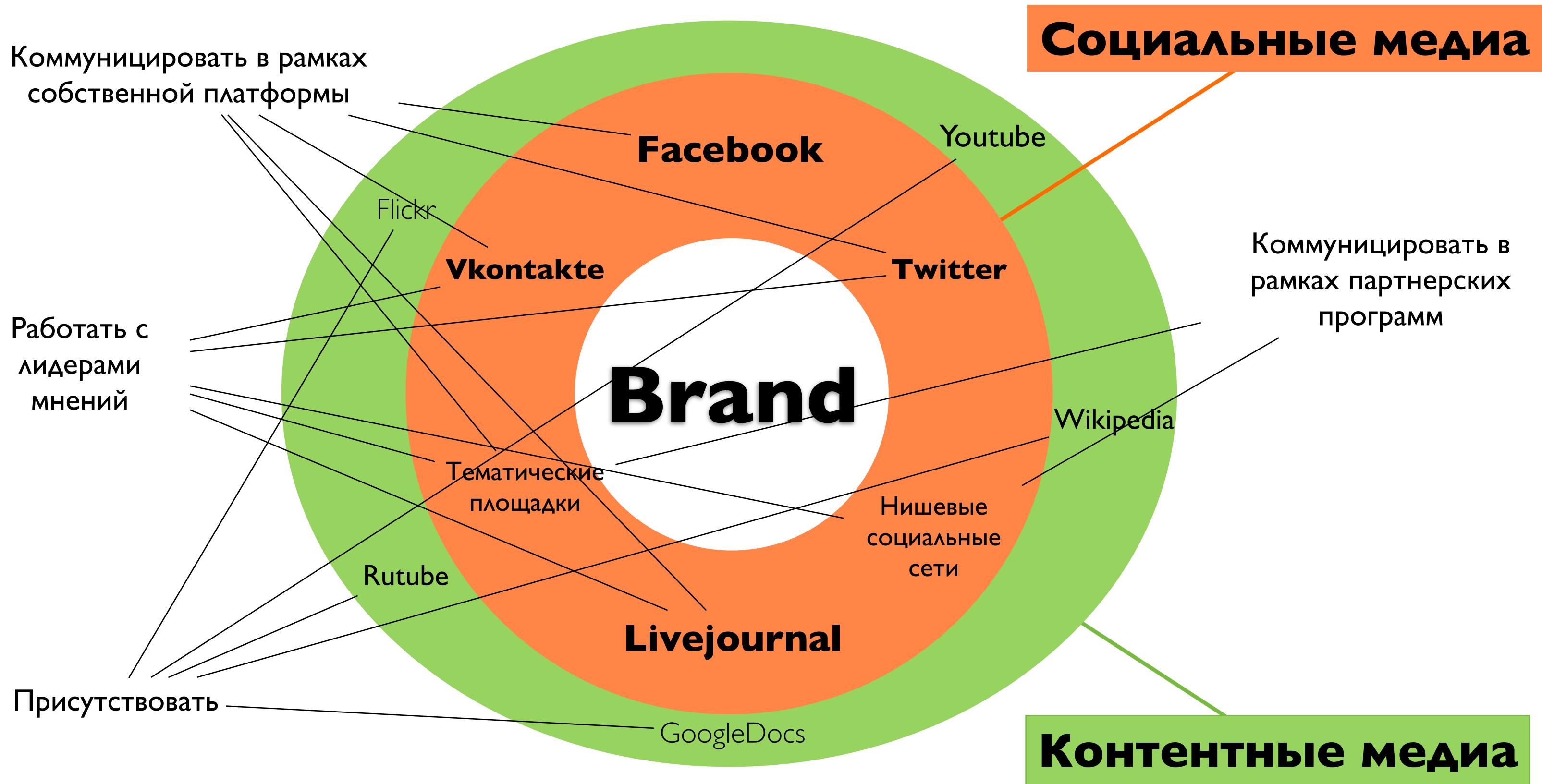




Где аудитория?

Главное не
регистрировать аккаунты
ради аккаунтов

Наиболее правильный
подход - 3-5 основных
площадок



Группа для тех кто не боится меняться и точно знает чего хочет!Готовимся к Дню Святого Валентина!♥

Информация

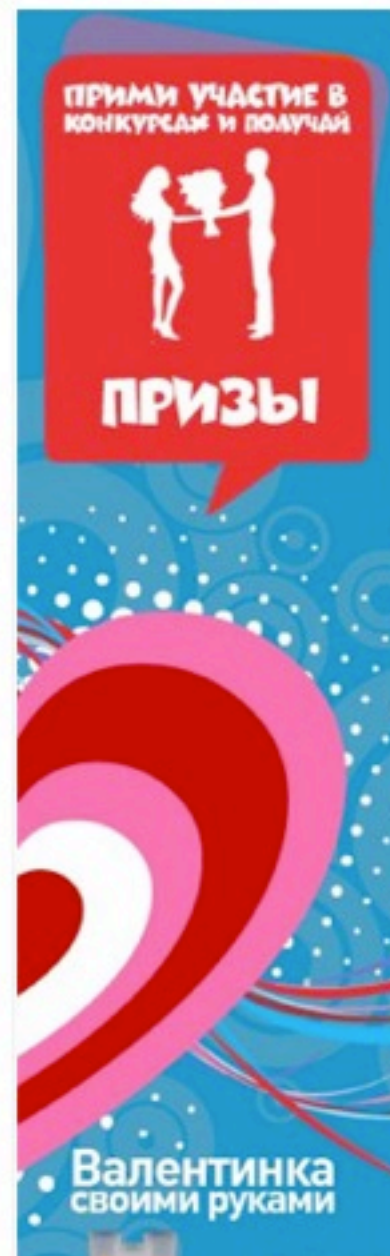
О группе

Название: Группа для тех кто не боится меняться и точно знает чего хочет!Готовимся к Дню Святого Валентина!♥
Тип: Клуб
Категория: Общие интересы - Друзья
Описание: Ты хочешь отметить День Всех Влюбленных так, чтобы этот день запомнился и порадовал тебя?
===== Тогда это группа для тебя!
=====

Контактная информация

Веб-сайт: <http://www.clearasil.ru>
Город: Москва, Россия

todo list



<http://clearasil.vkontakte.ru/>

Иногда достаточно одной сети

Аудитория 14-24, ядро 16-18

Большая часть аудитории постоянно находится ВКонтакте

Запуск платформы (группа и приложения) только в этой сети



NOKIA
Connecting People



Brand vs Friend

Вокруг чего строить сообщество?

Lovemarks - значительное число бренд-амбассадоров, фольклор

1 млн

11 тыс.

25 тыс.

А если вы шампунь?



Или дезодорант? Или крем? Или антивирус?

Нет эмоциональной привязанности



Инсайты

Интересы
Потребности
Устремления

Брендам, не являющимся
lovemark'ами, гораздо выгоднее
создавать **тематические
платформы**, которые точно
отражают **интересы** целевой
аудитории.

Группа для тех, кто не боится меняться и точно знает чего хочет! ДЕЛАЕМ КОМИКСЫ В ГРУППЕ! 🌟🌟🌟

Информация

О группе

Название: Группа для тех, кто не боится меняться и точно знает чего хочет! ДЕЛАЕМ КОМИКСЫ В ГРУППЕ! 🌟🌟🌟

Тип: Клуб

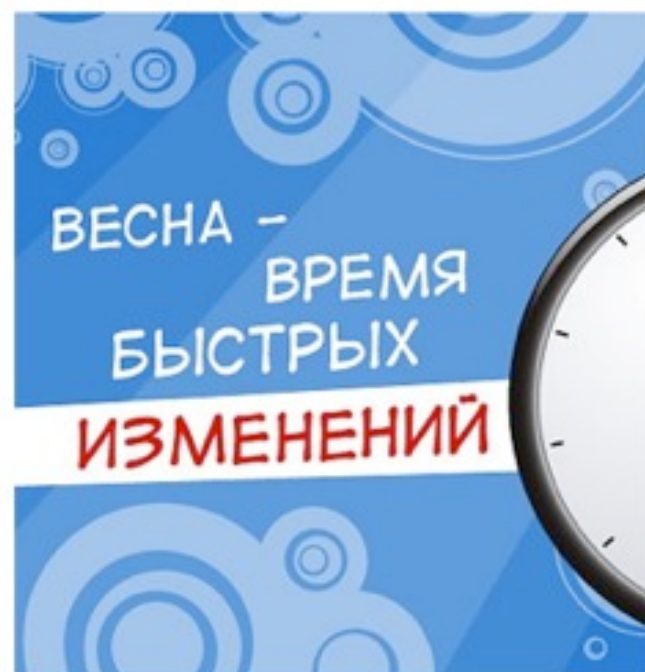
Категория: Общие интересы - Друзья

Описание: ПРАВИЛА ГРУППЫ
* Следить за собой и хорошо выглядеть! Мы поможем.
* Быть в отличном настроении, кислых – выгоняем!
* Не ругаться матом. Уважать всех подряд.
* Не обижать участников группы и администрацию!
=====

Контактная информация

Веб-сайт: <http://www.clearasil.ru>
Город: Москва, Россия

Свежие новости



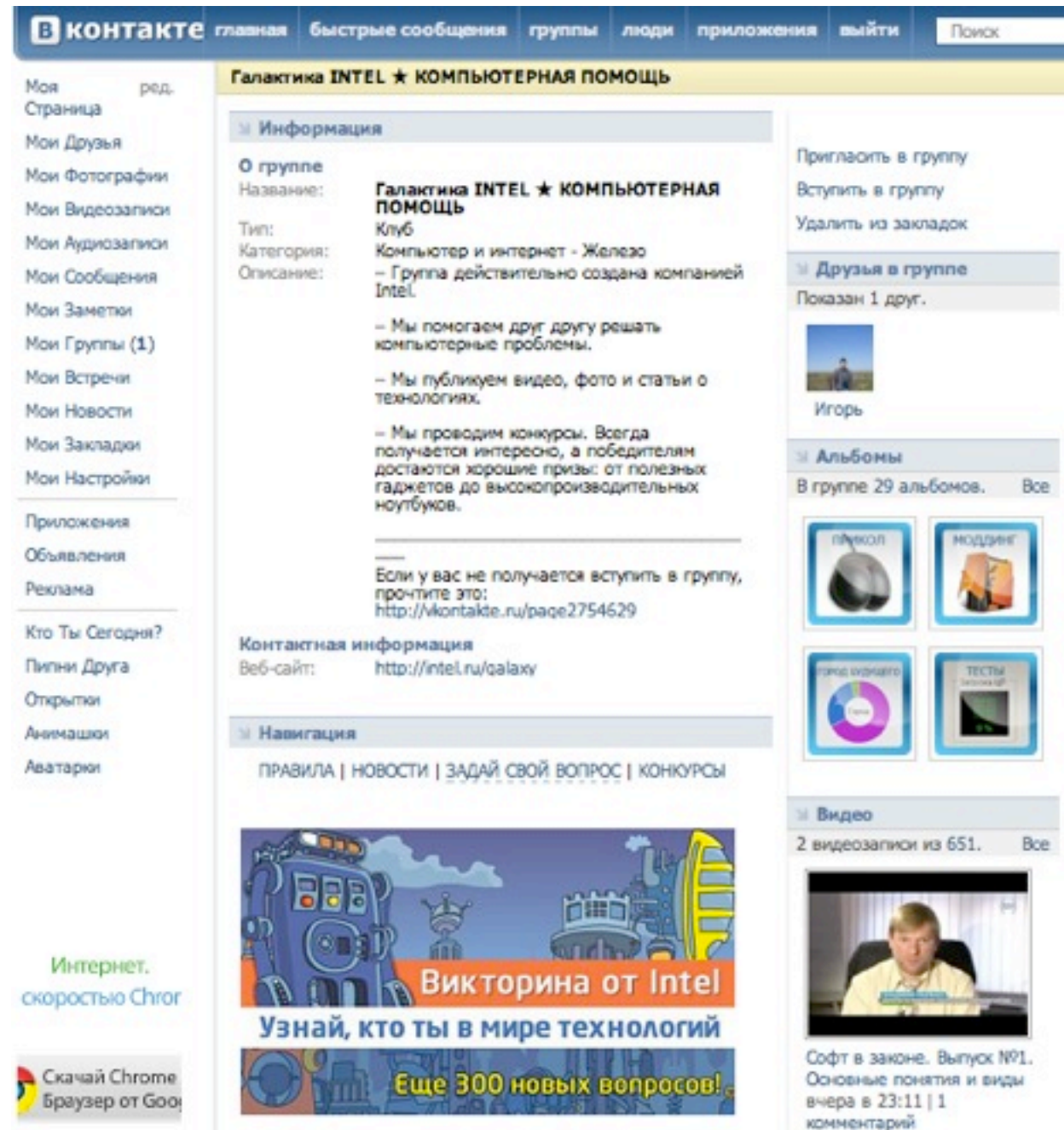
Clearasil

Изменения + уверенность

Группа для тех кто не боится меняться и точно знает чего хочет

74 000 участников группы
Более **400 000** участников приложений

<http://clearasil.vkontakte.ru/>



Intel

Решение проблем
пользователей с
компьютерами

Галактика INTEL:
Компьютерная помощь

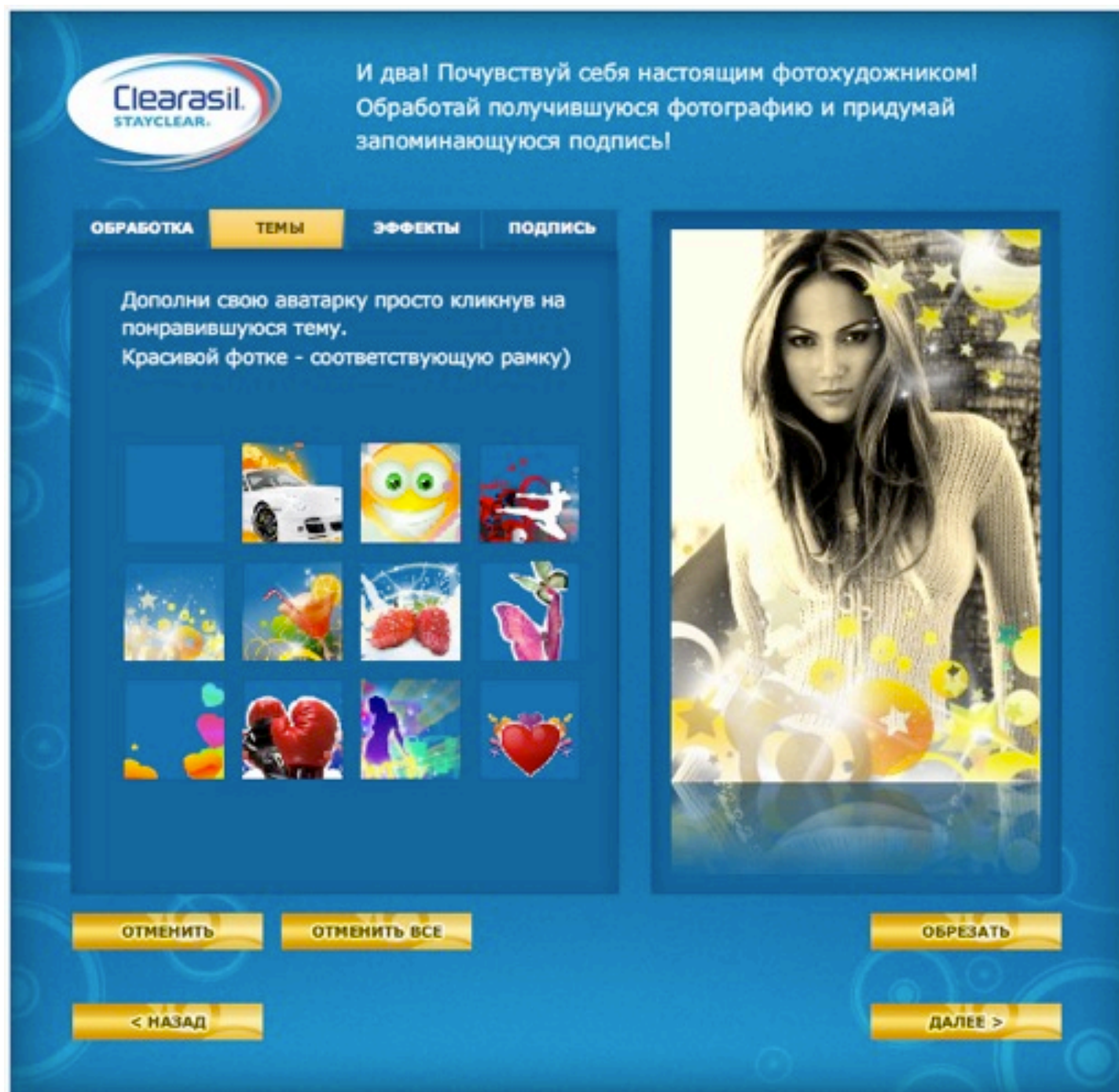
106 000 участников группы

<http://intel.vkontakte.ru/>

Элементы платформы



- Место для общения (группа, сообщество, fan-page, корпоративный блог и т.п.)
- Сервис (приложение, виджет)



Сервис

Создание красивых аватарок
внутри ВКонтакте

Открытки на стену друзьям

Участники приложения
365 047

Крупнейшее брендованное
приложение ВКонтакте

живи
лучше



Обратная
связь

Личная страничка

Вот что тебе нужно сделать сейчас

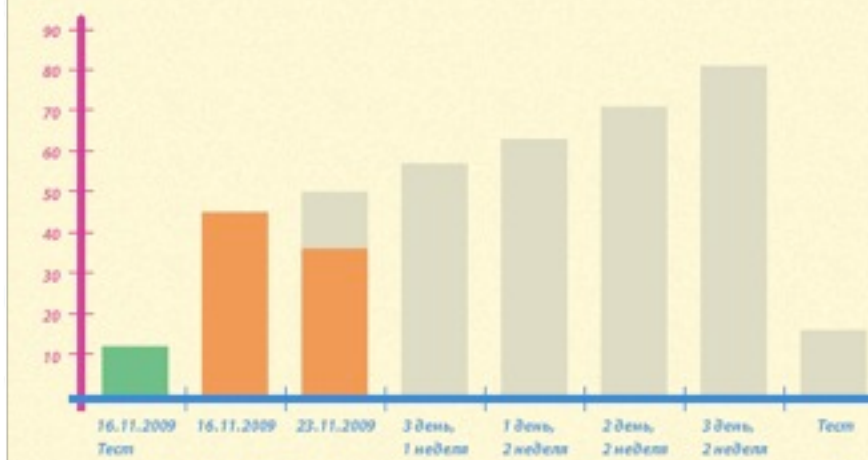
Сегодня 3 день 1 недели нашей программы занятий.
В течение часа тебе нужно сделать несколько подходов:

Подход 1	11 раз
Подход 2	15 раз
Подход 3	9 раз
Подход 4	9 раз
Подход 5	13 раз

Между подходами отдыха
считаешь нужным, но так,
у тебя ушло не больше часа

Ура! Я сделал!

Твой прогресс:



Сервис

100 отжиманий за 6 недель

Раскрытие идеи платформы - здоровье и благополучие

Длительный контакт с платформой и лояльность

Стратегия присутствия в социальных медиа

Активности в социальных медиа в рамках промокампаний: спецпроекты, вирусные активности.

Планирование на I-3 года вперед

Работа с лидерами мнений

Opinion Leaders

Reputation Management

Мониторинг & Реагирование

Longterm Social Media Activities

Ведение групп и сообществ в блогах и социальных сетях, на фото и видеохостингах

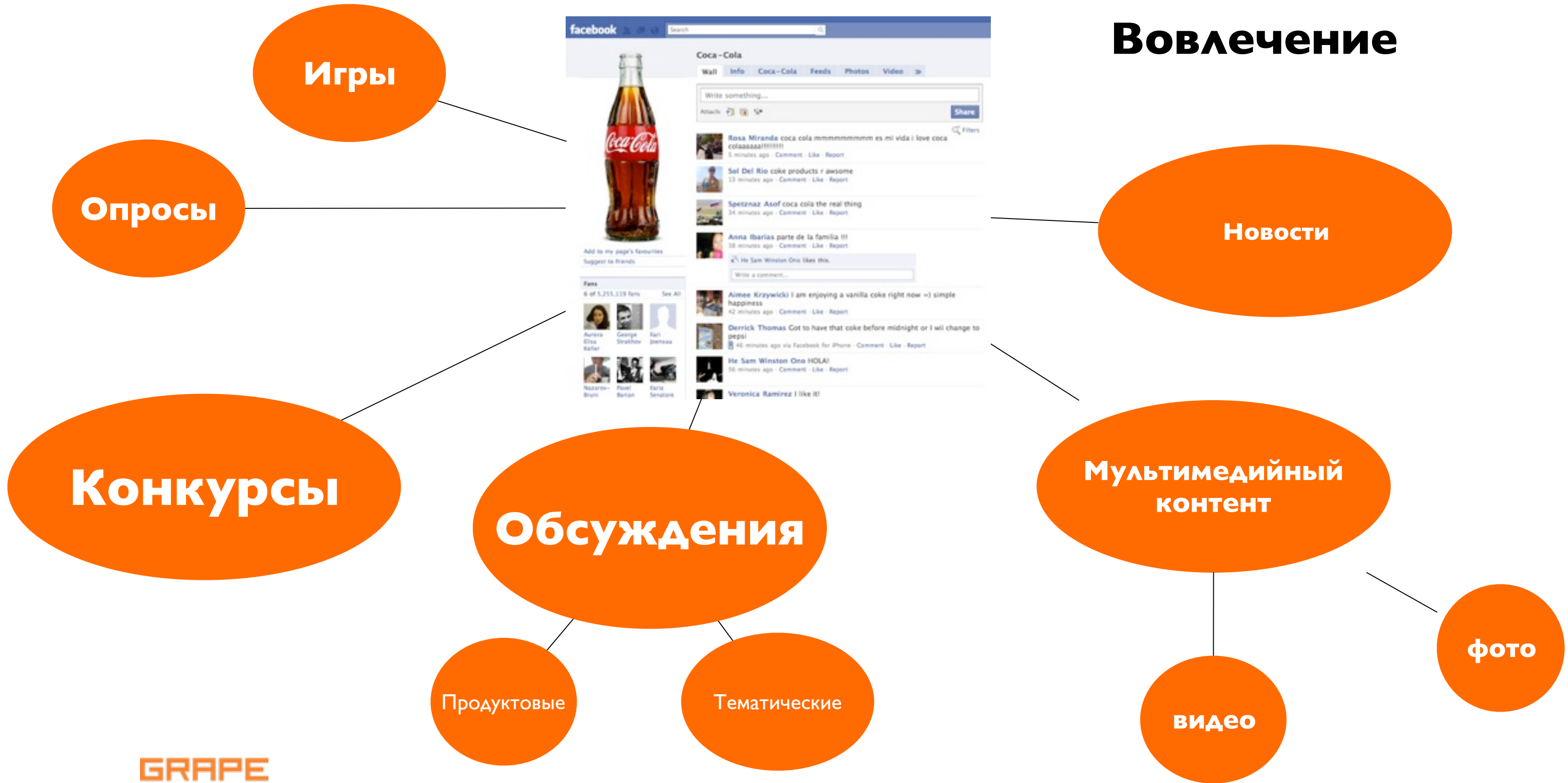
Shortterm Social Media Activities

Вовлечение

Фанаты и подписчики это хорошо, но никому не нужны **“мертвые души”**

После запуска платформы нужно **вовлечь** аудиторию в коммуникацию и “привязать” к сообществу

Вовлечение



Контент

На основе анализа аудитории составляется контент-план, в котором учитываются интересы пользователей

Релевантный инсайтам
контент вызывает **БОЛЬШИЙ
ОТКЛИК**





Конкурсы

Привлекают дополнительную аудиторию за счет механик голосования

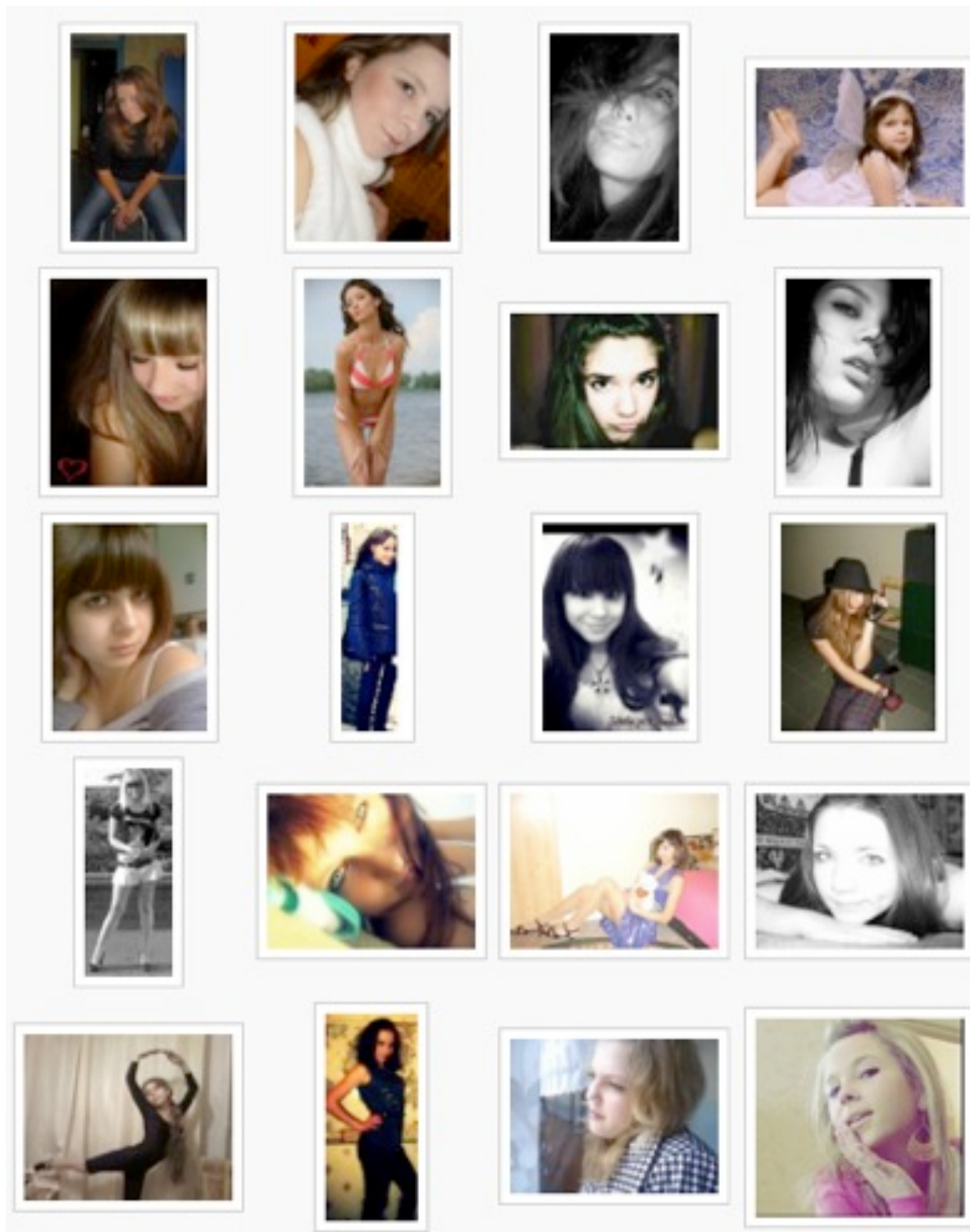
Формируют **активное ядро** сообщества - помогает вычлениить наиболее творческих участников



Важно

Нематериальное
стимулирование на
основе инсайтов ЦА
зачастую дает больше
чем призы

Промохантеры



Пример конкурса

“Мисс Весна”

Приз - фотография на аватарке группы

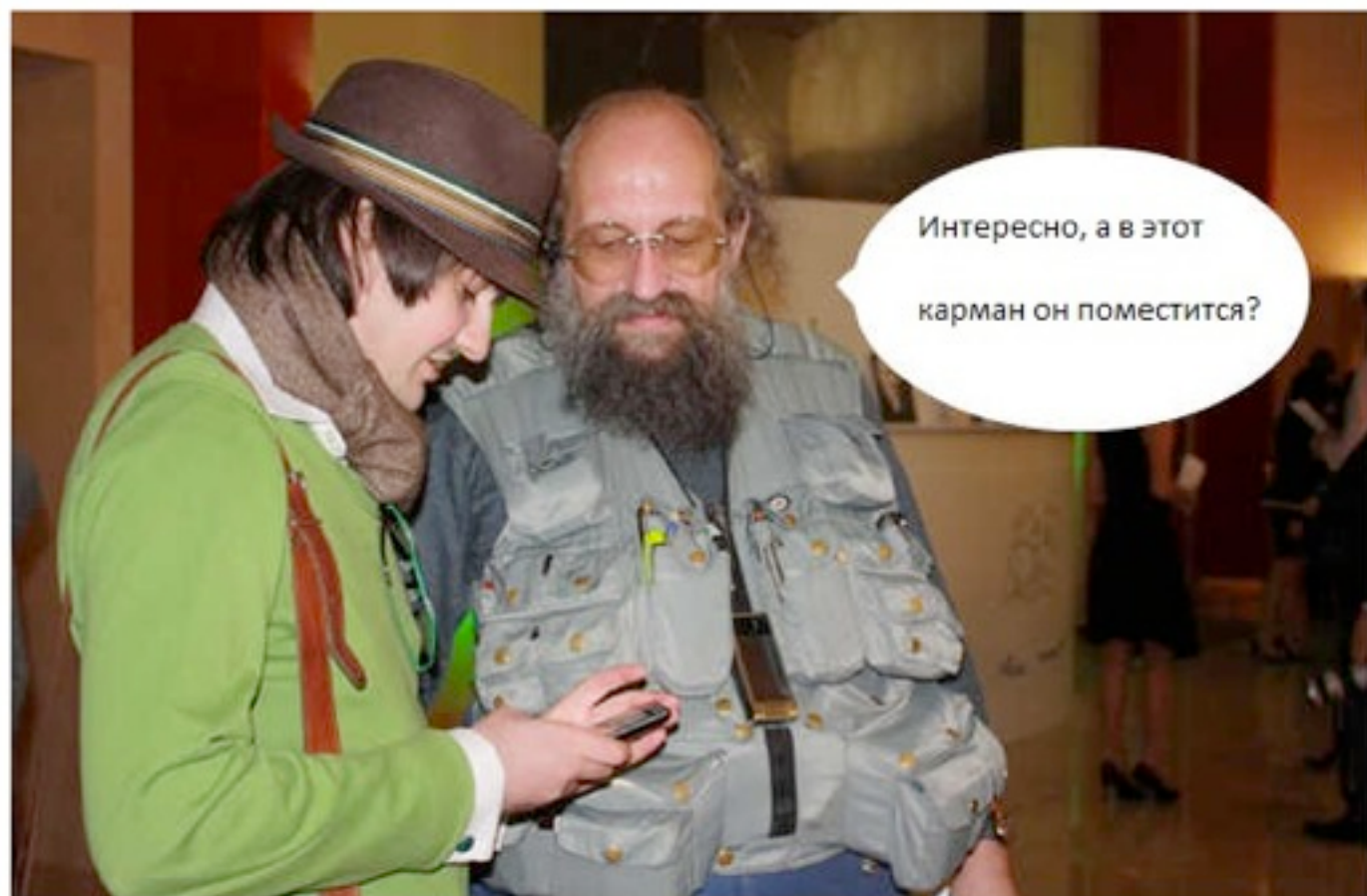
700 работ, несколько тысяч комментариев в поддержку

Тактический креатив

Постоянная работа
community-менеджера

Обыгрывание
злободневных тем

Сетевой фольклор



#HTCDesire Анатолий в замешательстве!

 **HTC Desire**

Сумка Monton, 10
Суббота, 20 февраля 2010 г. 22:51 (ссылка) редактировать
Прочитано 2 раз + в чат или сообщество + поставить ссылку
Прочитано 6 за час / 143 за сутки / 1856 за неделю / 1856 за месяц
Метки: Даманель все записи автора



Специальные форматы

В каждой сети есть свои варианты вовлечения аудитории - флешмобы, хэштеги, игры в комментариях и фотоальбомах и пр.

Анализ отклика

Набор показателей, позволяющих оценить вовлечение

Периодичность

- После каждой промо-активности
- Ежемесячно интерактив
- Ежеквартально контент-план

Внесение корректив на основе анализа

Your Bit.ly Click Summary

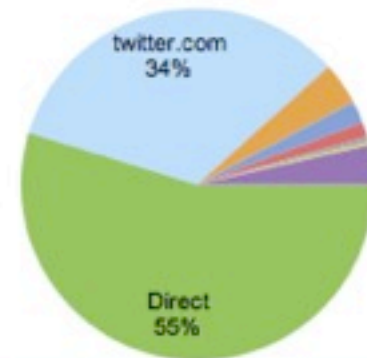
Clicks

Past Hour 7 Days 30 Days



21,637 Clicks on Your Bit.ly Links

Top Referrers



83 Referring Domains
From 352 Total Pages

Referrers Detail

Referring Site	Click(s)
Email Clients, IM, AIR Apps, and Direct +	11,850
twitter.com +	7,262
untiny.me +	849
www.facebook.com +	435
Registered Applications +	298
mobile.twitter.com +	96

Locations Detail

Country	Click(s)
Russian Federation	11,050
Other	5,326
United States	1,622
Ukraine	1,280
Belarus	489
France	217

Социальные медиа = фундаментальный
сдвиг в бизнес-коммуникациях

2010-2011

- ✓ Систематизация работы с пользователями в рамках **платформы**
- ✓ Вовлечение в **долгосрочную** и **качественную** коммуникацию



Самое время делать
качественный social media
marketing

Бренды, которые инвестируют
в стратегическую работу в
социальных медиа сейчас
получат сильное
конкурентное преимущество -
постоянное присутствие в
жизни пользователей

Вопросы?

Михаил Гейшерик

Руководитель отдела по работе
с социальными медиа

+7 495 789 4527

info@grape.ru

GRAPE
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО