

Взаимодействие с пользователями на поле бренда в социальных медиа

26.03.2010

GRAPPE
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО



Социальные медиа - новая надежда бизнеса.

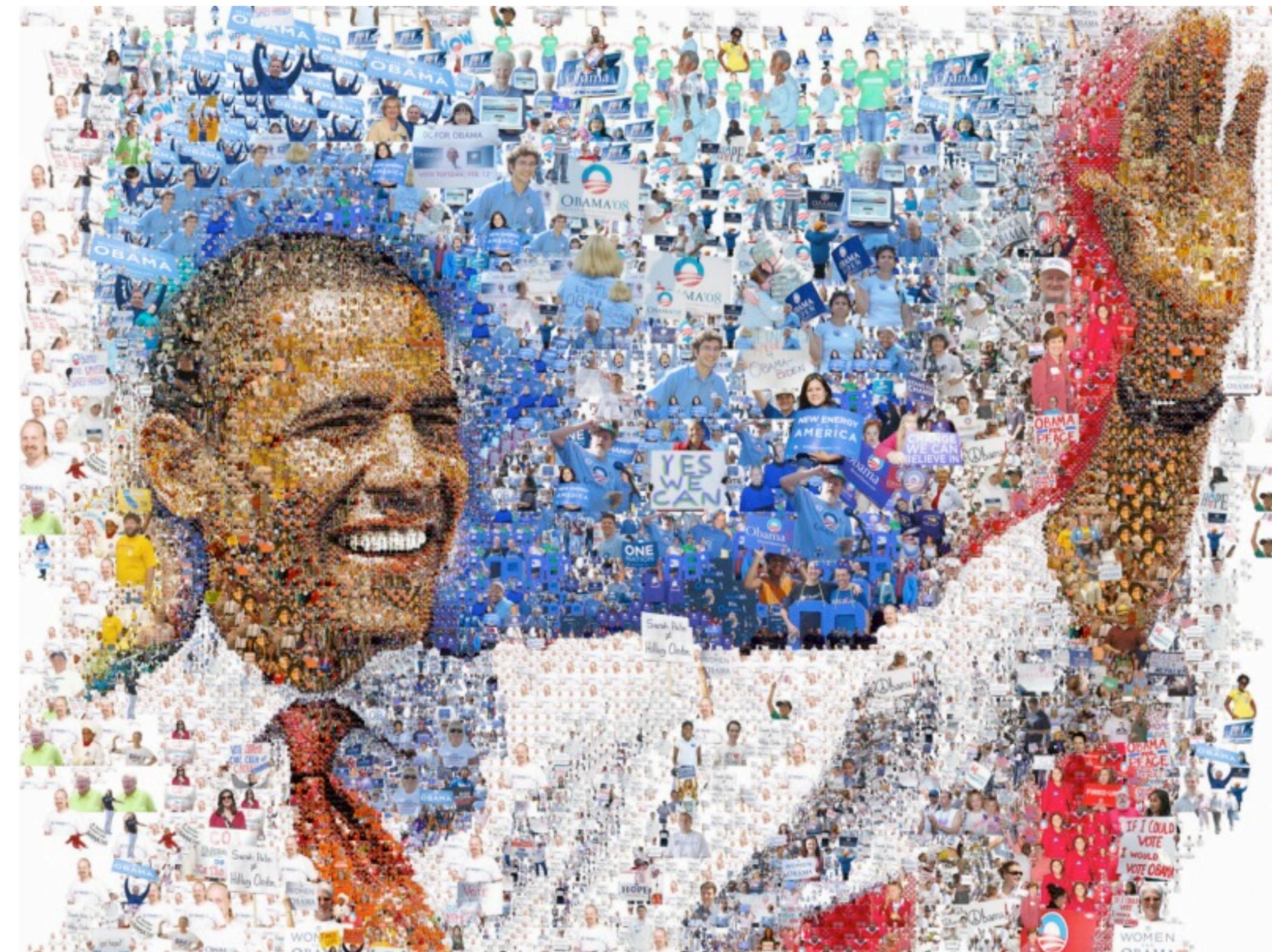
Главный buzzword конференций по маркетингу и рекламе

A photograph of Barack Obama signing a document at a desk, surrounded by several advisors in a formal setting. A speech bubble is overlaid on the image, pointing towards the group.

РЕШЕНО - МЫ ИДЕМ В
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА!

A close-up photograph of Barack Obama, looking thoughtful with his hand resting on his chin. A white speech bubble with a black outline is positioned to the right of his head, containing Russian text. 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.

Πλατφόρμα

Анализ аудитории - ключ к успешной работе в социальных медиа.

Вопросы:

Где аудитория

Интересы и **инсайты**



8:00



10:00



12:00



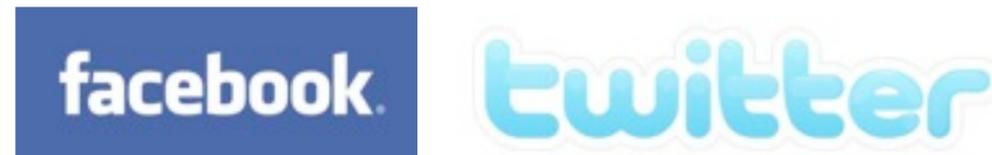
14:00



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.



twitter

контакте

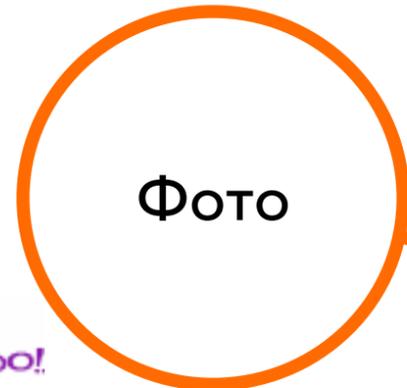
facebook



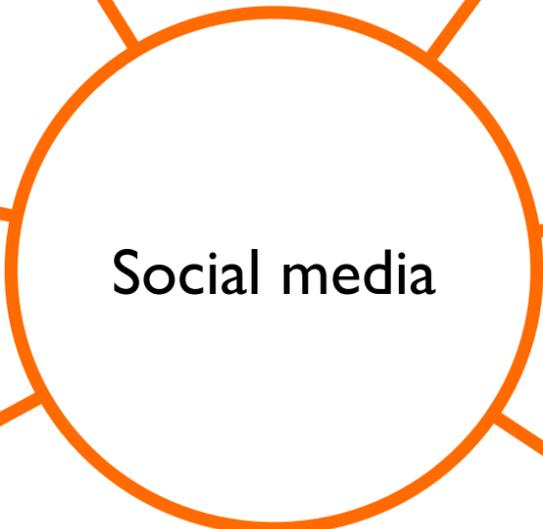
Микроблоги



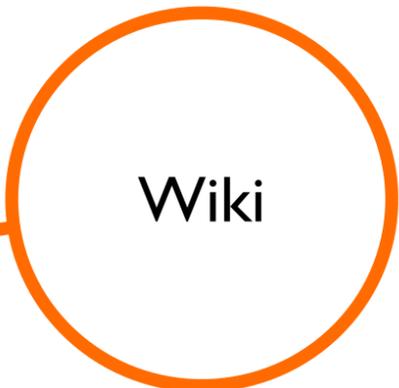
Социальные сети



Фото



Social media



Wiki



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia



Видео



Форумы

GRAPE
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

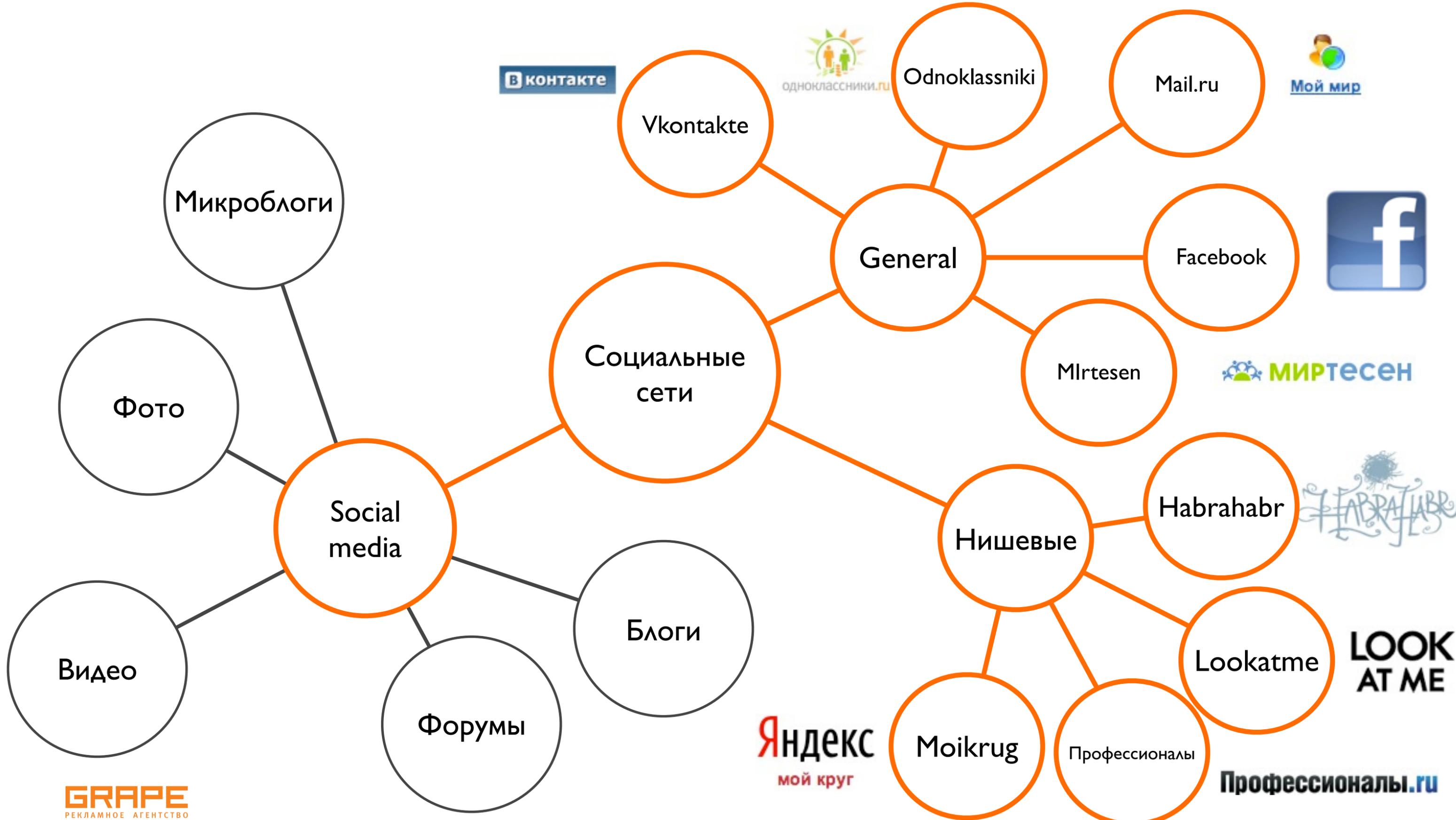


Блоги



БЛОГИ@mail.ru





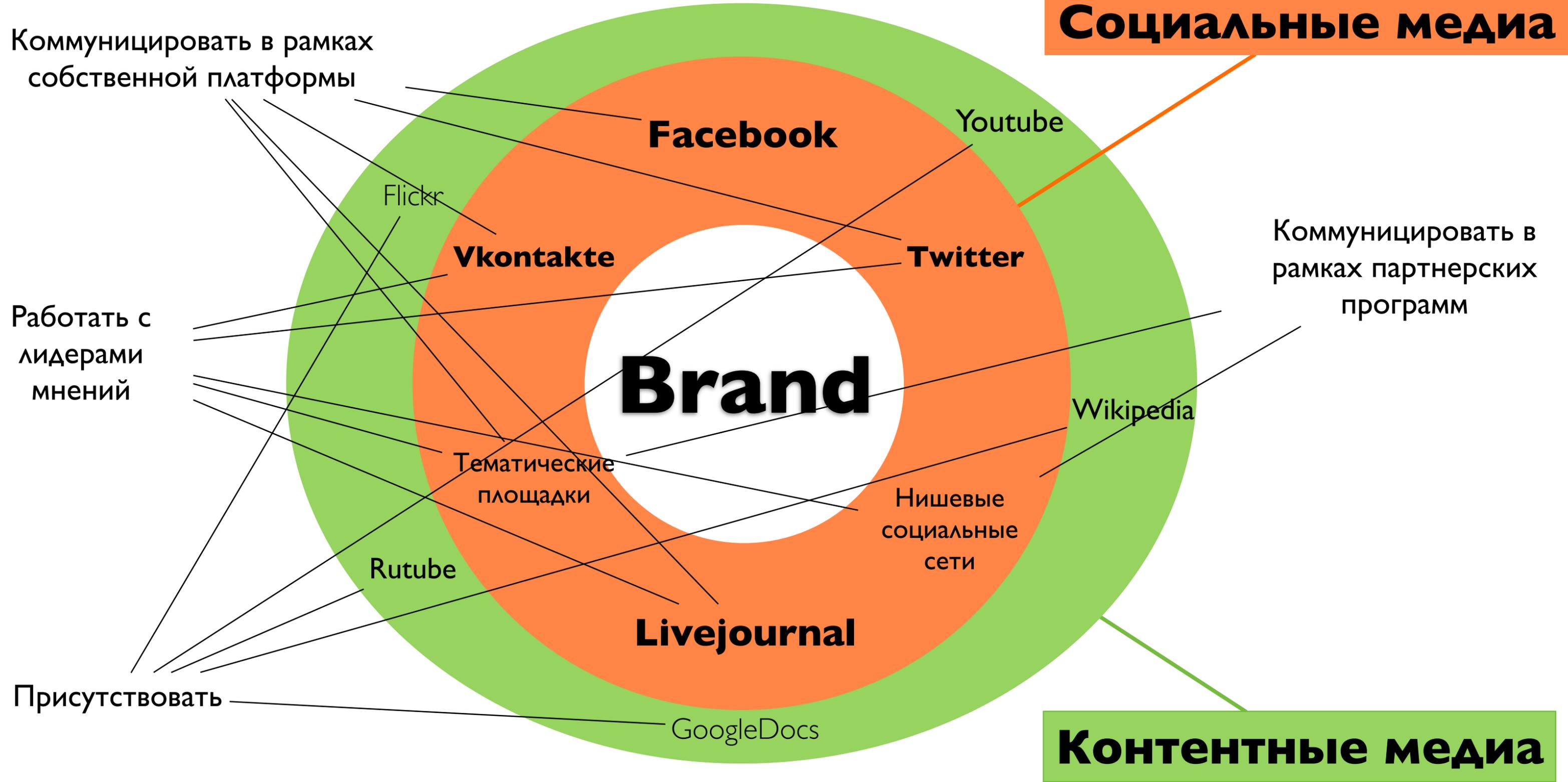


Где аудитория?

Главное не регистрировать аккаунты ради аккаунтов

Наиболее правильный подход - 3-5 основных площадок

Социальные медиа



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

ВКонтакте

Клуб владельцев NOKIA

Информация

О группе

Название: **Клуб владельцев NOKIA**

Клуб

Компьютер и интернет - Мобильные технологии

НЕ официальное сообщество (группа, клуб) пользователей телефонов, и не только, марки Nokia | Нокиа | Нокия

Контактная информация

Сайт: <http://nokia.vkontakte.ru/>

Инфо

Обсуждения

Телефоны

Поддержка

Фирменные Салоны

Получите подарок в фирменных салонах Nokia!

Recent Entries | Archive | Friends | User Info | Memories

Russian Apple Community

Think Different!

PROFILE

Привет от модераторов и участников сообщества ru_mac

Добро пожаловать в сообщество **ru_mac**, которое посвящено всему, что касается компании Apple и продукции "яблочной" компании. Сообщество большое и существует давно, и здесь есть как опытные пользователи, так и новички, совместно уже неоднократно обсудившие множество тем.

Если вы собираетесь задать какой-то вопрос, пожалуйста, сначала загляните в **ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ — MacFAQ**. Или же просто запустите **Яндекс-поиск по сообществу**, используя ключевых слов - возможно, ответ на ваш вопрос уже есть. (Обратите внимание на поле поиска Яндекс - включив тэг [blogurl:http://community.livejournal.com/ru_mac/](http://community.livejournal.com/ru_mac/). Если вы не нашли с помощью поиска ответа на ваш вопрос, вы можете задать его сообществу. Но для этого обязательно ознакомьтесь с правилами сообщества — в частности, с тем, что **метки (tags) и заголовки новых записей ОБЯЗАТЕЛЬНЫ к заполнению** - это в последствии поиск нужной информации.

11 тыс.

ru_photoshop

All of Photoshop (RU)

Created on 2003-03-31 15:49:56 (#978407), last updated 2010-03-25

139,723 comments received

Basic Account [Gift]

6,562 Journal Entries, 35 Tags, 104 Memories, 0 Virtual Gifts, 4 Userpics

Basic info

Location: Russian Federation

Website: All of Photoshop (FAQ)

Membership: Open

Posting Access: All Members, Moderated

Description: adobe photoshop

About

RU_PHOTOSHOP (All of Photoshop^{RU})

25 тыс.

А если вы шампунь?



Или дезодорант? Или крем? Или антивирус?

Нет эмоциональной привязанности



Инсайты

Интересы
Потребности
Устремления

Брендам, не являющимся
lovetark'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

ГРУППА ДЛЯ ТЕХ, КТО НЕ БОИТСЯ МЕНЯТЬСЯ И ТОЧНО ЗНАЕТ ЧЕГО ХОЧЕТ!



МИСС ВЕСНА
ДАРЬЯ ПОЛЯНСКАЯ

ВЕСНА –
ВРЕМЯ
БЫСТРЫХ
ИЗМЕНЕНИЙ



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

Clearasil

Изменения + уверенность

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

67 000 участников группы
Более **400 000** участников приложений

The screenshot shows the VKontakte interface for the group "Галактика INTEL ★ КОМПЬЮТЕРНАЯ ПОМОЩЬ". The page is divided into several sections:

- Header:** "В контакте" logo and navigation links: "главная", "быстрые сообщения", "группы", "люди", "приложения", "выйти", "Поиск".
- Left Sidebar:** "Моя страница", "Мои Друзья", "Мои Фотографии", "Мои Видеозаписи", "Мои Аудиозаписи", "Мои Сообщения", "Мои Заметки", "Мои Группы (1)", "Мои Встречи", "Мои Новости", "Мои Закладки", "Мои Настройки", "Приложения", "Объявления", "Реклама", "Кто Ты Сегодня?", "Плани Друга", "Открытки", "Анимашки", "Аватарки".
- Main Content Area:**
 - Информация:** "О группе", "Название: Галактика INTEL ★ КОМПЬЮТЕРНАЯ ПОМОЩЬ", "Тип: Клуб", "Категория: Компьютер и интернет - Железо", "Описание: - Мы помогаем друг другу решать компьютерные проблемы. - Мы публикуем видео, фото и статьи о технологиях. - Мы проводим конкурсы. Всегда получается интересно, а победителям достаются хорошие призы: от полезных гаджетов до высокопроизводительных ноутбуков." Below this, a link: "Если у вас не получается вступить в группу, прочтите это: http://vkontakte.ru/page2754629".
 - Контактная информация:** "Веб-сайт: http://intel.ru/galaxy".
 - Навигация:** "ПРАВИЛА | НОВОСТИ | ЗАДАЙ СВОЙ ВОПРОС | КОНКУРСЫ".
 - Видео:** "2 видеозаписи из 651. Все". One video is visible: "Софт в законе. Выпуск №1. Основные понятия и виды вчера в 23:11 | 1 комментарий".
- Right Sidebar:**
 - "Пригласить в группу", "Вступить в группу", "Удалить из закладок".
 - Друзья в группе:** "Показан 1 друг." with a profile picture of "Игорь".
 - Альбомы:** "В группе 29 альбомов. Все". Four album thumbnails are shown: "ПЕКУЛ", "МОДРИК", "ГОРОД КОШАКОВ", "ТЕСТЫ".
- Bottom Promotions:** "Интернет. скоростью Chrom", "Скачай Chrome браузер от Goog", and a "Викторина от Intel" banner: "Узнай, кто ты в мире технологий. Еще 300 новых вопросов!".

Intel

Решение проблем пользователей с компьютерами

Галактика INTEL: Компьютерная помощь

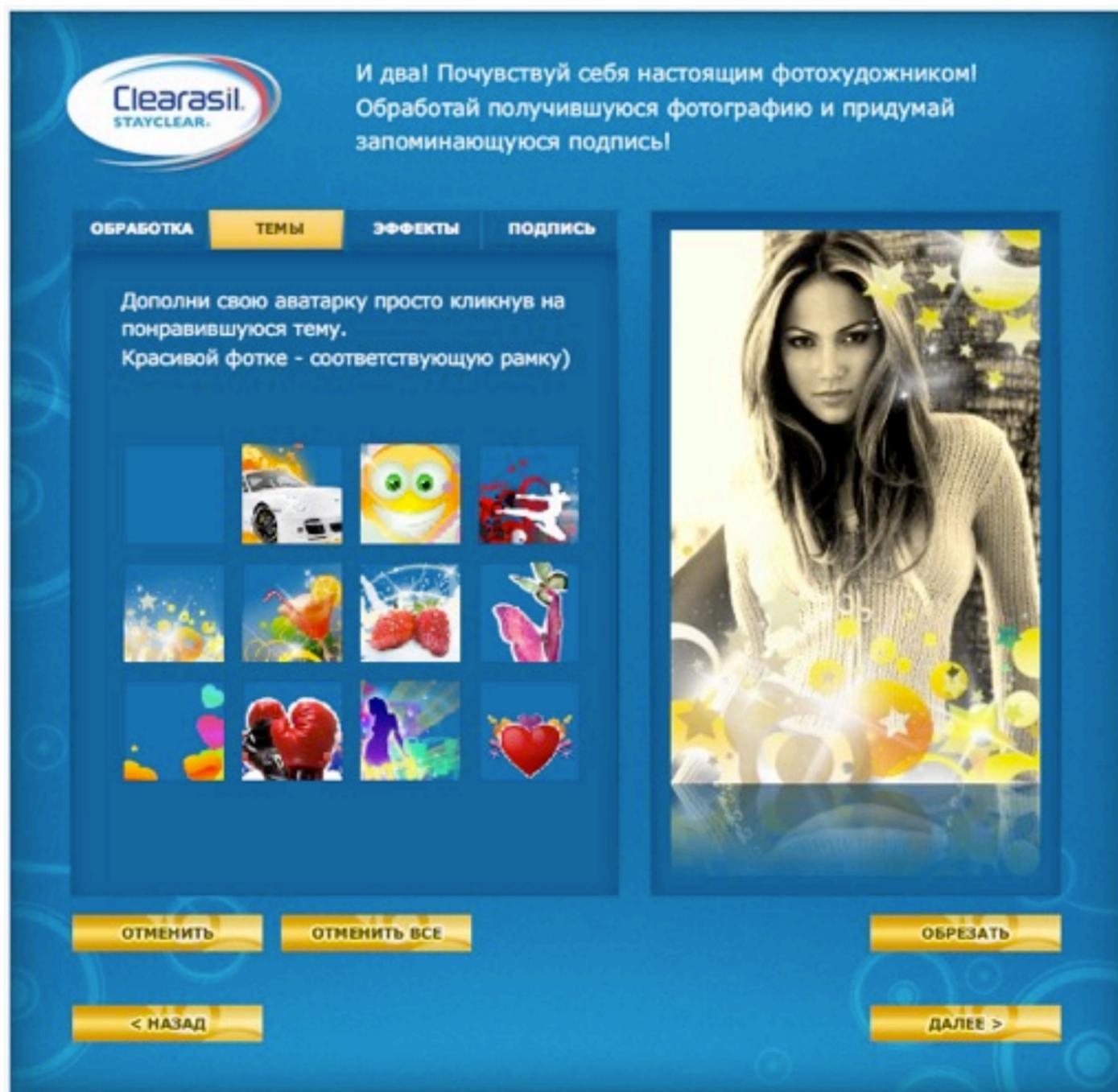
106 000 участников группы

<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
352 031

Крупнейшее брендованное
приложение ВКонтакте

ЖИВИ
ЛУЧШЕ



Обратная
связь

Личная страничка

Вот что тебе нужно сделать сейчас

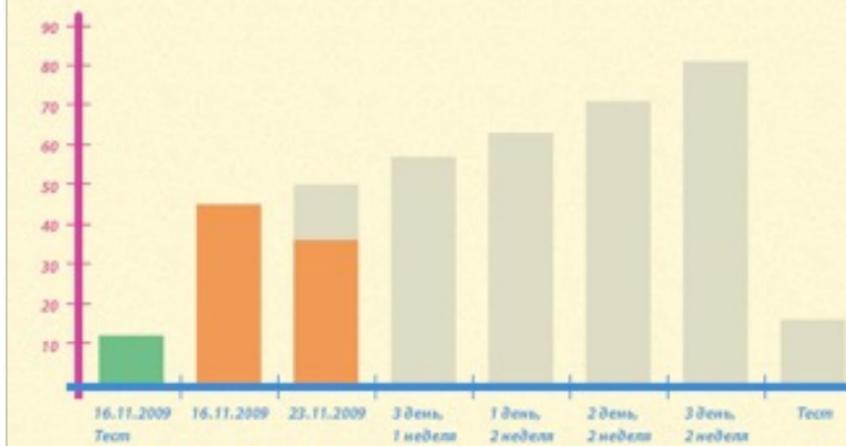
Сегодня 3 день 1 недели нашей программы занятий.
В течение часа тебе нужно сделать несколько подходов:

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 1-3 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

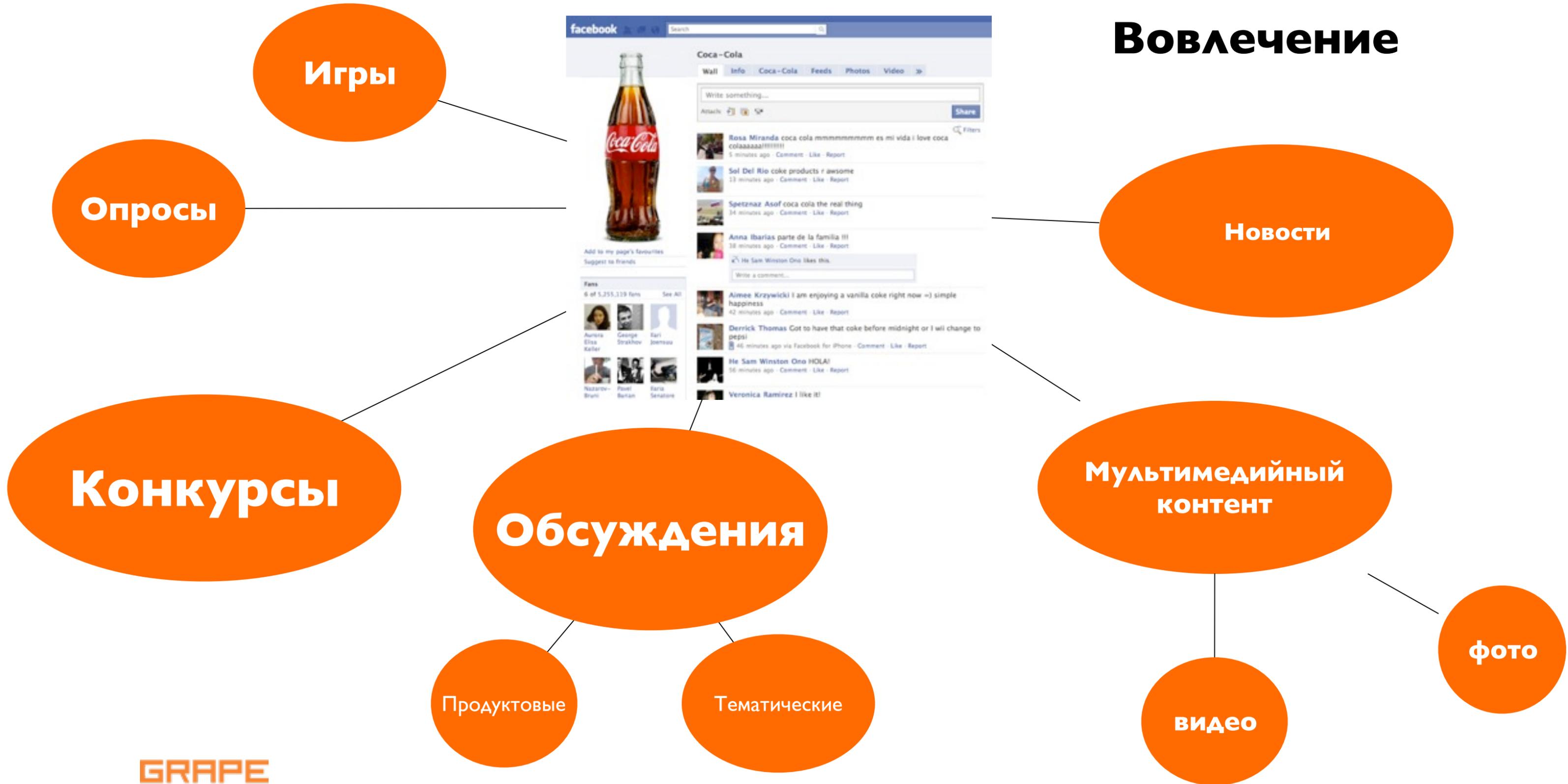
Shortterm Social Media Activities

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

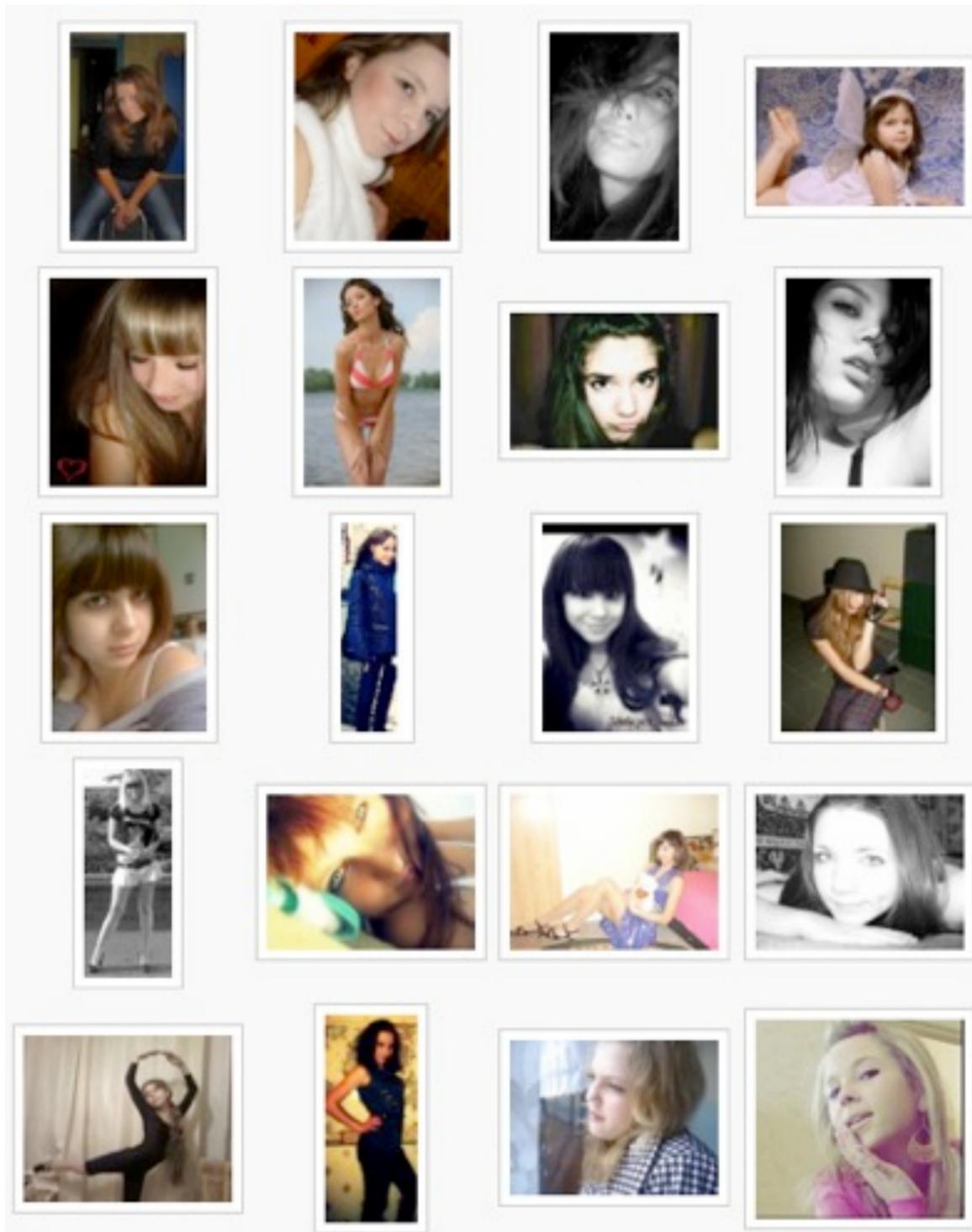
Формируют **активное ядро** сообщества - помогает вычлениить наиболее творческих участников



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
Просмотров 2,288 + в штатных или сообществах + поставить ссылку
Прочитано 6 за час / 143 за сутки / 1856 за неделю / 1856 за месяц
Даванель 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

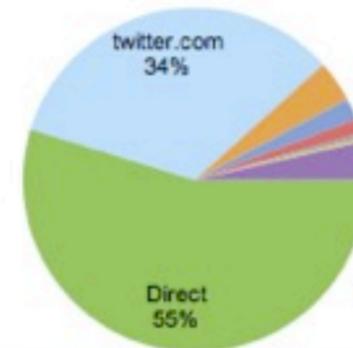
Your Bit.ly Click Summary

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

Спасибо!

Михаил Гейшерик

Руководитель отдела по работе
с социальными медиа

+7 495 789 4527

info@grape.ru

GRAPE
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО