

Кейс МИФа

Органический интернет-маркетинг инхаус

Содержание

Глава 1. Интегрированный маркетинг МИФа

Глава 2. Почему не агентства

**ВСЁ, ЧТО ВЫ
ДЕЛАЕТЕ,**

Маркетинг

Как за пять лет из 0,5
человека нас стало 50

Три головы маркетинга



- Продуктовый маркетинг
- Контент-маркетинг
- IT-маркетинг

Продуктовый маркетинг

Кто: маркетологи, PR-щики, бренд-менеджеры, продюсеры, аналитики

Что делают: продвигают книги

Знают: аудитории и тренды

Цели: повысить отгрузки книг, выйти на новые аудитории



Контент-маркетинг

Кто: копирайтеры, контент-менеджеры, SMM-щики

Что делают: пишут посты, рассылки, статьи для СМИ

Знают: какие тексты стреляют, как развернуть книгу под какую площадку

Цели: рост и вовлеченность платформ, конверсия платформ в покупки

IT-маркетинг

Кто: дизайнеры, разработчики, менеджеры, аналитик

Что делают: разрабатывают сайт, промостаницы, электронную библиотеку МИФа, онлайн-магазин

Знают: как сделать крутой IT-продукт по-мифовски

Цели: деньги в онлайн-магазине, эффективность проектов

Особенности маркетинга в МИФе

1. Маркетинг запусков

Новинки, бестселлеры и скоро

67 новых книг мы выпустили в октябре-ноябре.



Прекрасные разворотные иллюстрации и факты о белом медведе



Познавательная история о синем ките в авторских иллюстрациях



Сказочный подарок к Новому году



В основе книги 10-летние исследования поведения покупателей



Как достигать самых высоких целей



Незаменимая книга о корпоративной культуре



О дизайне и типографике человеческим языком



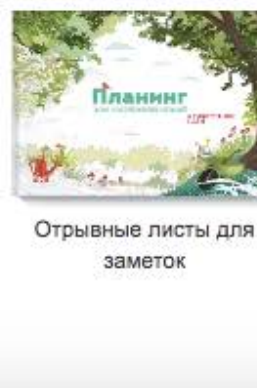
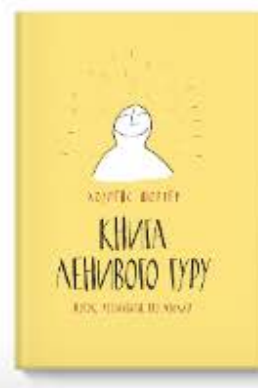
Об удивительных превращениях, которые происходят в природе



Волшебная раскраска-плакат к Новому году



Отрывные листы для заметок



Отрывные листы для заметок



Запускаем около **30 новых продуктов** в месяц

2. Маркетинг платформы



 [Facebook](#)

 [Детский](#)

 [Instagram](#)

 [Детский](#)

 [Творческий](#)

 [Вконтакте](#)

 [Детский](#)

 [Творческий](#)

 [Одноклассники](#)

 [МИФ.Детство](#)

 [Twitter](#)

 [Google+](#)

 [Канал на YouTube](#)

 [Telegram](#)

Всего на наших площадках **3 млн. человек**

Платформа МИФа

- + Уменьшает вероятность кассовых разрывов
- + От ее размера напрямую зависят возможности масштабирования книжного портфеля
- Многошаговые продажи — это долго («Долго и надолго»)

3. Интегрированный маркетинг



Было

1. Редсовет и руководитель портфеля выбирают книгу
2. Продуктовый маркетинг продвигает
3. Контент-маркетинг пишет рассылку

Стало

1. ПАМ и автор рассылки приходят на редсовет
2. Говорят, какие книги «пойдут», а какие нет
3. Выходят только те книги, в которые верят маркетологи, которые общаются с аудиторией

2005

**Мы отвечаем
именами за все,
что мы делаем.**

Игорь Манн,
Михаил Иванов,
Михаил Фербер

МИФ = Манн, Иванов и Фербер

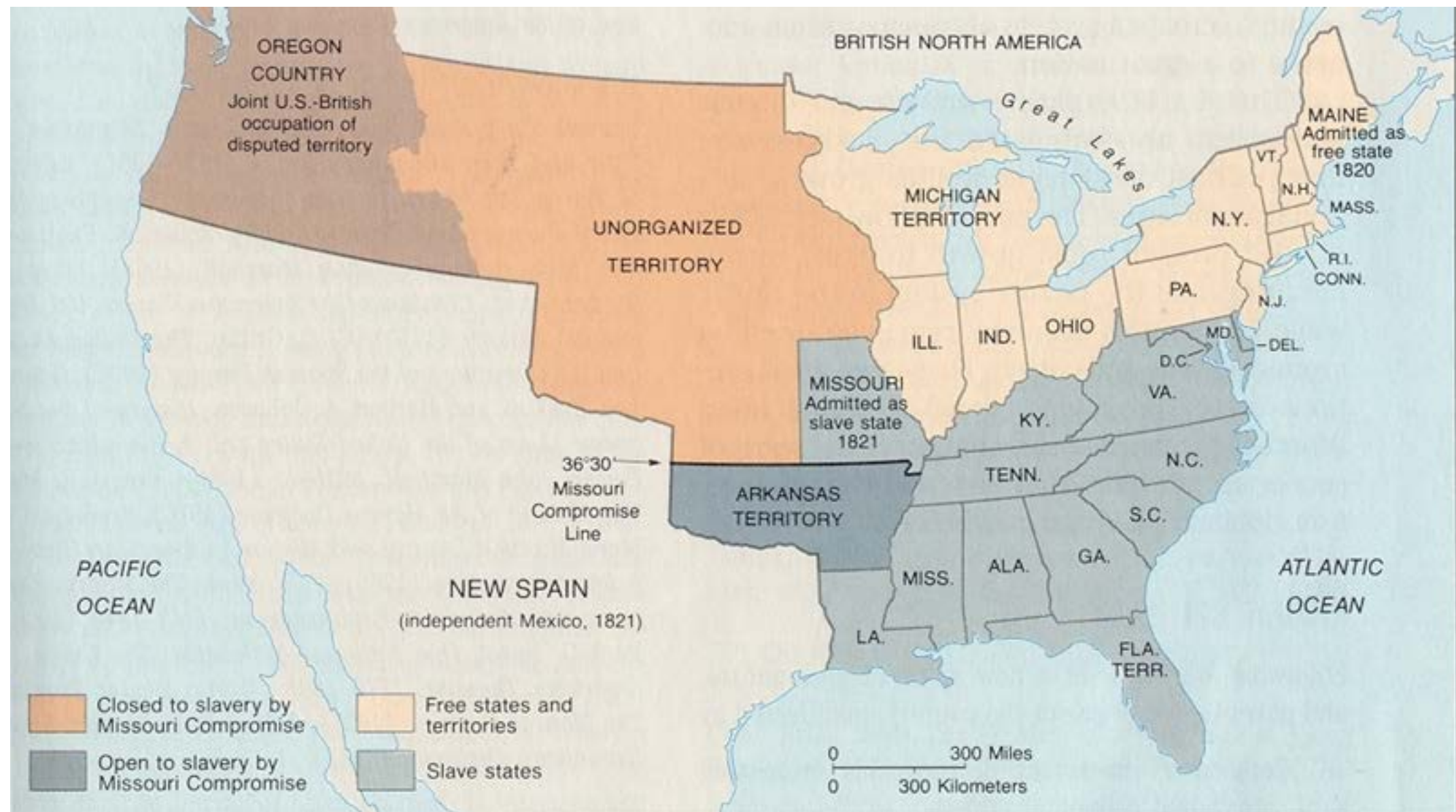
2016

**Мы по-прежнему
отвечаем именами,
но теперь это
много имен.**

МИФ

МИФ = Много Имен и Фамилий

4. Change-маркетинг





Change-маркетинг — основан на экспериментах и их масштабировании.

1. Увидеть точку роста или проблему	2. Что именно, как именно	3. Провести эксперимент V1	4. Провести эксперименты масштабирования V 2,3
-------------------------------------	---------------------------	----------------------------	--

5. Создать и описать систему	6. Собрать команду	7. Настроить процесс в команде	8. Выйти
------------------------------	--------------------	--------------------------------	----------



Модель Кеневин,
автор картинки Сергей Дмитриев

— Что мы изобретаем?



— Что-то что подходит именно нам!

В топе постов FB МИФа большинство — продающие



Наталья Бабаева

Январь 2013 стал первым месяцем в истории МИФ, когда нам удалось привлечь из фейсбука на сайт более 9 тысяч посетителей. А это для нас самый высококонвертируемый источник трафика.

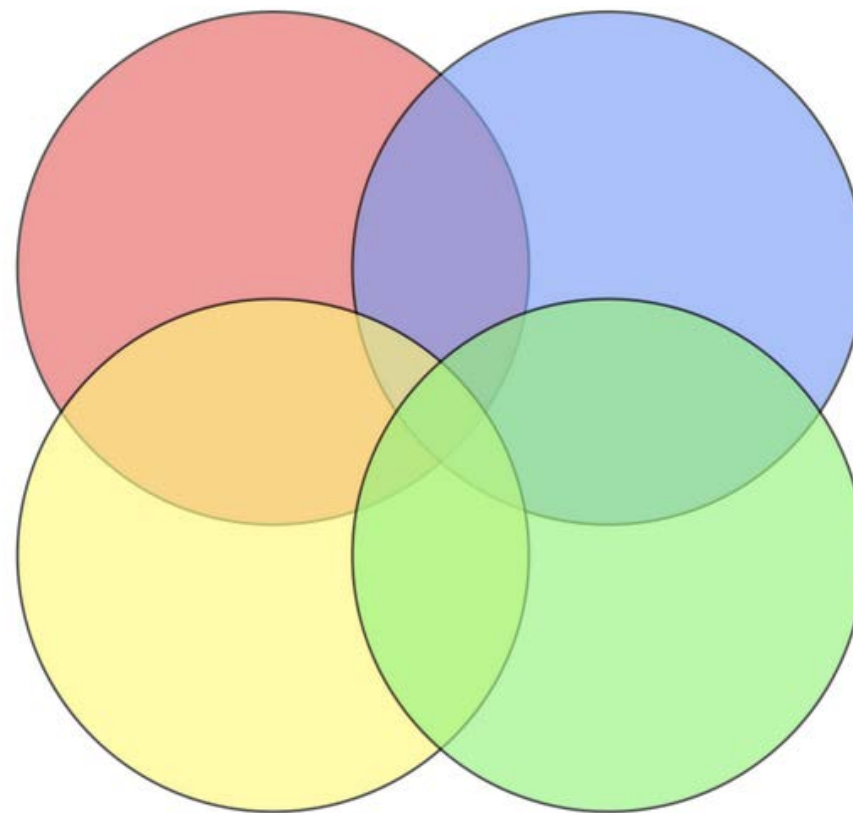
Представляем подборку самых успешных постов МИФа на Facebook за январь 2013 года.

Проект «Логотип МИФ.Детство»»



Почему наши интересы с
агентствами расходятся

Причина 1. Агентству интересны способы продвижения, которые подходят максимальному количеству клиентов.



Клиенту интересны способы продвижения, которые подходят только ему.

Причина 2. Дизайн — ключевая ценность бренда МИФ



Как научить дизайнера шутить по-мифовски?



Мы придумали тест — вы можете его не проходить

А еще не получить в подарок электронную книгу
«Ты можешь больше, чем ты думаешь» и не выиграть
детский новогодний комплект книг и плюшек

Время пошло 3/15

⚡ 0:09

Выберите ответ, нажав на картинку

3. Как выглядит Игорь Манн, когда злится?



Однажды на конференции

Кем мечтает стать ваш ребёнок?

С первых месяцев ребенок сам расскажет, что ему нравится больше: рисовать на обоях, лечить кукол или делать бумеранг из картонки десятью способами. Вооружите своего маленького биолога или художника нужными знаниями.



Писателем

Книги для любителей сочинить так, что мама записывает и постит в Фейсбук.



Ученым

Книги для тех, кто красит яйца на Пасху пузырьками из набора «Юный химик».



Изобретателем

Книги для тех, кто пожарит хлеб в чайнике, если сломается тостер.

Причина 4. С агентством не получится работать по эджайлу. История Фабита



Причина 5. Это дорого

Как за пять лет из 0,5
человека нас стало 50

Спасибо за
внимание!

Наталья Бабаева
nb@m-i-f.ru

