



Эффективное продвижение бизнеса в социальных медиа



Что такое СММ (Маркетинг в социальных медиа)?

1. Работа с блогосферой

- корпоративный блог
- твиттер
- репутационный менеджмент

2. Социальные сети

- Одноклассники
- Вконтакте
- Другие российские сети
- Зарубежные сети (Facebook, Myspace)

3. Нестандартные активности

- конкурсы и спецпроекты
- промостраницы
- игры и приложения

Мы в гостях у потребителя!



Почему нужно работать с социальными медиа?

1. Возможность напрямую обратиться к целевой аудитории
2. Включение механизмов "сарафанного радио" в сети Интернет
3. Сокращение затрат на клиентскую поддержку
4. Верное понимание своей аудитории, ее требований
5. Обратная связь – помощник в совершенствовании
6. Социальные медиа – передовая информационная площадка
7. Работа в социальных медиа способствует привлечению трафика и появлению естественных ссылок

Кому не нужно работать с социальными медиа?



С чего начать работу в социальных медиа?

1. Разработать стратегию работы в социальных медиа:

- какой эффект мы хотим получить от СММ и в чем его будем измерять?
- что интересно нашей аудитории?
- с какими площадками будем работать?
- какой контент будем размещать?
- как будем интегрировать СМ с традиционной рекламой, корпоративным сайтом?

2. Для работы с социальными медиа выделить менеджера со стороны клиента

3. Проинформировать о работе в СМ на официальном сайте и других возможных источниках

4. Обеспечить интеграцию работы в СМ и стандартных коммуникаций



Эффективная совместная работа агентства и клиента в социальных медиа

Агентство:

- исследования
- разработка стратегии
- консалтинговая поддержка
- разработка необходимых сервисов
- обучение персонала работе с СМ
- аналитика и рекомендации
- продвижение и PR-поддержка

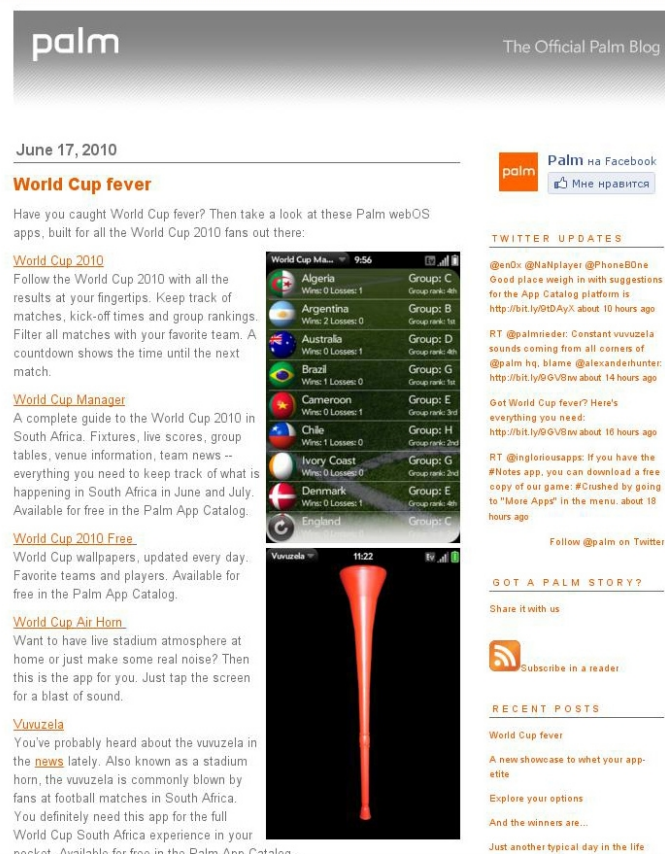
Менеджер со стороны клиента:

- подбор и размещение интересного контента
- выделение наиболее приоритетных направлений в работе с социальными медиа
- общение с потребителями и оперативное реагирование на отзывы
- принятие решений на основе статистики и рекомендаций агентства



Правильно ли мы работаем с блогами?

1. Корпоративный блог — это средство общения с аудиторией, а не пресс-центр
2. Обязательное условие — живое общение, нужно отвечать на комментарии
3. Можно делать ссылки на акции, конкурсы и другие интересные события
4. Мы не ограничены в формате и размере выкладки контента





Твиттер — дань моде или мощный инструмент?

1. Микроблоги позволяют получать много информации в сжатом виде
2. Получаем обратную связь, можем реагировать
3. Интересное сообщение расходится с эффектом бомбы
4. Аудитория твиттера растет в геометрической прогрессии
5. Бум мобильного интернета предполагает популярность микроблогов



Около 200 тысяч русскоязычных пользователей, 105 миллионов пользователей в мире!



Социальная сеть	Одноклассники	Вконтакте	Facebook
Охват	45 млн. регистраций 10 млн. хостов в день	76 млн. регистраций 17 млн. хостов в день	Около 1 млн. регистраций
Аудитория	Женщин больше чем мужчин, возраст 20-45 лет, пассивная	Мужчин больше, чем женщин, студенты, 15-30 лет, активная	Продвинутая, активная, 20-35 лет, доход выше среднего
Возможности	Группы по интересам, фото	Группы, встречи, фото, видео	Промо-страницы компаний, сообщества
Конвертация	Невысокая из-за низкой активности аудитории	Только прямая, переходы на сайт затруднены	Высокая конвертация

Выбор социальной сети зависит, безусловно, от продвигаемых продуктов, услуги или сервисов.



Для развлечения клиентов все средства хороши!

1. Конкурсы:

- призы должны быть не столько дорогими, сколько оригинальными;
- информация о конкурсе должна быть везде и постоянно обновляться;
- социальные медиа — отличная платформа для проведения конкурсов.

2. Спецпроекты: промостраницы, игры, приложения и видеоканалы:

- спецпроекты создаются для людей, поэтому они должны быть интересны людям;
- с помощью социальных медиа можно создать идеальный спецпроект;
- пользователи принимают участие в создании проекта и продвигают его.



Работа компании «Текарт» в социальных медиа

Твиттер клуба «B1 Maxim» за год существования — 1900 фолловеров

1. Постоянное участие, интересные ссылки, информация об исполнителях
2. Ссылка «Мы в Твиттере» на основном сайте
3. Поиск людей, интересующихся тематикой
4. Общение с посетителями, фан-клубами
5. Проведение опросов, обратная связь о клубе



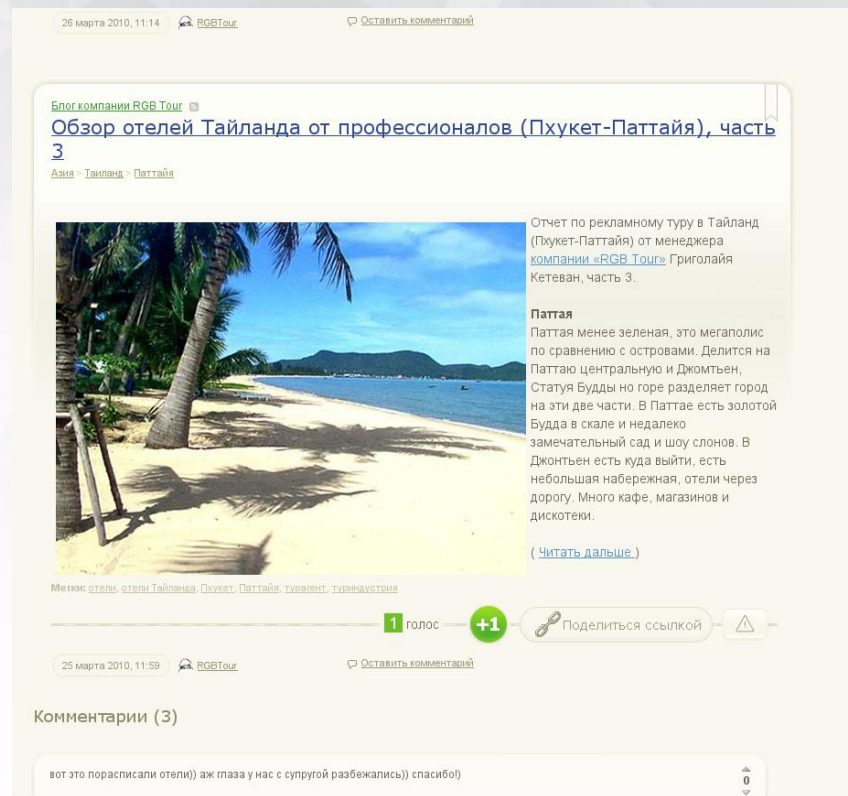


Бекасово — блог, сообщества, твиттер, вконтакте:

Кимберли Лэнд — блог и твиттер

RGB Tour — блог, сообщество, социальная сеть туристов

Работа могла бы быть более эффективной при вашей активной поддержке!



**Наше преимущество — комплексный подход к работе:
исследования — разработка — интернет-маркетинг — СММ**



Основные принципы работы с социальными медиа

1. Работу с социальными медиа нельзя закончить или приостановить, она ведется постоянно
2. Очень важно активное участие представителя со стороны клиента
3. Основные приоритеты при работе в социальных медиа: честность и открытость
4. Стратегия работы в социальных медиа должна быть последовательной, но гибкой
5. Лучше активно работать с одной площадкой, чем пассивно с пятью

Основная мысль:

**Социальные медиа — это инструмент
для изучения и удовлетворения потребностей своей аудитории**



Спасибо за внимание!
Задавайте вопросы