



*Практический консалтинг по продвижению в социальных сетях*

# Продвижение рекрутинговых услуг в социальных сетях

Managing Partner

SMM Group | Business People

Вита Кравчук

SMMGroup – Kiev – 2011

# Знакомство:)



2



# О чем будем говорить?

## 3

- новые «потребители» и «новые» медиа
- топ-рекомендации по работе с соцмедиа
- постановка цели присутствия в соцсетях
- выбор соцсети
- инструменты разных соцсетей
- примеры:)
- советы!



# Рекрутинг - специфика

# Как продвигаетесь сейчас?

5

- информационные и бизнес-порталы;
- открытые презентации;
- **Networking**: выставки, конференции, семинары, круглые столы;
- рассылки по базам клиентов.
- что-то еще?
- Пробовали **соцсети**?

# Социальные сети для продаж?



6

Социальные сети, в первую очередь, это не инструмент для продаж, а механизм выстраивания взаимосвязи с потребителем, что в результате приведет к увеличению продаж.

Итак, главная цель продвижения в социальных сетях – создание двусторонней связи между вашим бизнесом и потребителем товаров



# “Новые” потребители

## ЧТО ПОМЕНЯЛОСЬ:

- ускорился ритм жизни;
- постоянно на «связи»;
- «информационный бум»;
- быстрый обмен информацией;
- большой разрыв между поколениями;

Y – рожденные в 90-х;

S – поколение «социальных сетей»;

- «индивидуализация» товаров и услуг
- WEB 3.0: хотят сами создавать товары и услуги;



# “Новые” потребители



8

## Поведение:

- ищут реальные пути получения удовольствия даже имея всего несколько грн;
- делятся и меняются вместо того, чтобы покупать;
- повторно используют и обменивают вместо того, чтобы выбрасывать;
- не стесняются рассказывать окружающим, что на самом деле делают это;
- ценности социальной ответственности и ответственности за окружающую среду.





# «Новые» медиа?

9

«Викиситиномика» и  
Web 3.0-интернет

наградили потребителей  
беспрецедентной **силой**  
**голоса, охвата** и  
предоставили отличную  
возможность для участия в  
разработке продуктов и  
услуг.



# Социальные сети и В2В продажи



- таргетинг;
- как искать и знакомиться с клиентом?
- различия соцсетей: одноклассники, facebook, Вконтакте, LinkedIn.
- с чего начать?
- в чем отличие/ выгоды?



# Цели: зачем идем в соцсети



- узнаваемость?
- лояльность?
- повышение продаж?
- повышение кол-ва повторных покупок? Как часто обычно покупают?
- продажи новых услуг постоянным клиентам? Или еще ....
- поиск новых клиентов?
- удержание постоянных?

## Кто ЦА в соцсетях:

- кто принимает решение о покупке?
- нам нужны компании или отдельные люди?
- кто может нас рекомендовать?

# Первая стадия продаж - "неосведомленность".

1

2

Главная задача – найти контакт и "вступить в связь" с целевой аудиторией, ничего еще не знающей о вашей компании и/ или ее продуктах.

Социальные сети – идеальное место для создания баз контактов.

## Возможности социальных сетей:

- выборка «потенциальных клиентов»
- первый контакт
- вступление в группы
- создание групп, страничек по темам, интересующим клиентов
- привлечение внимания к компании и к экспертам



## Вторая стадия продаж – «осведомленность»

1

3

- после первых контактов с вашей компанией потенциальные клиенты должны осознать проблему – «**формирование потребности**»,
- донести более детальную и обширную информацию: личные сообщения с приглашением на презентации, создание событий, приглашение в группу

Пример:

Facebook

LinkedIn

HR. Ukraine

Eventors. Ukraine

Business. People

## Третий этап продаж – "интерес".

1

4

Ваши клиенты из "потенциальных" становятся "перспективными".  
Они уже **осознают проблему** и изучают возможности ее решения.

Задача продавца – убедить клиента, доказать ему, что ваше решение – оптимальное.

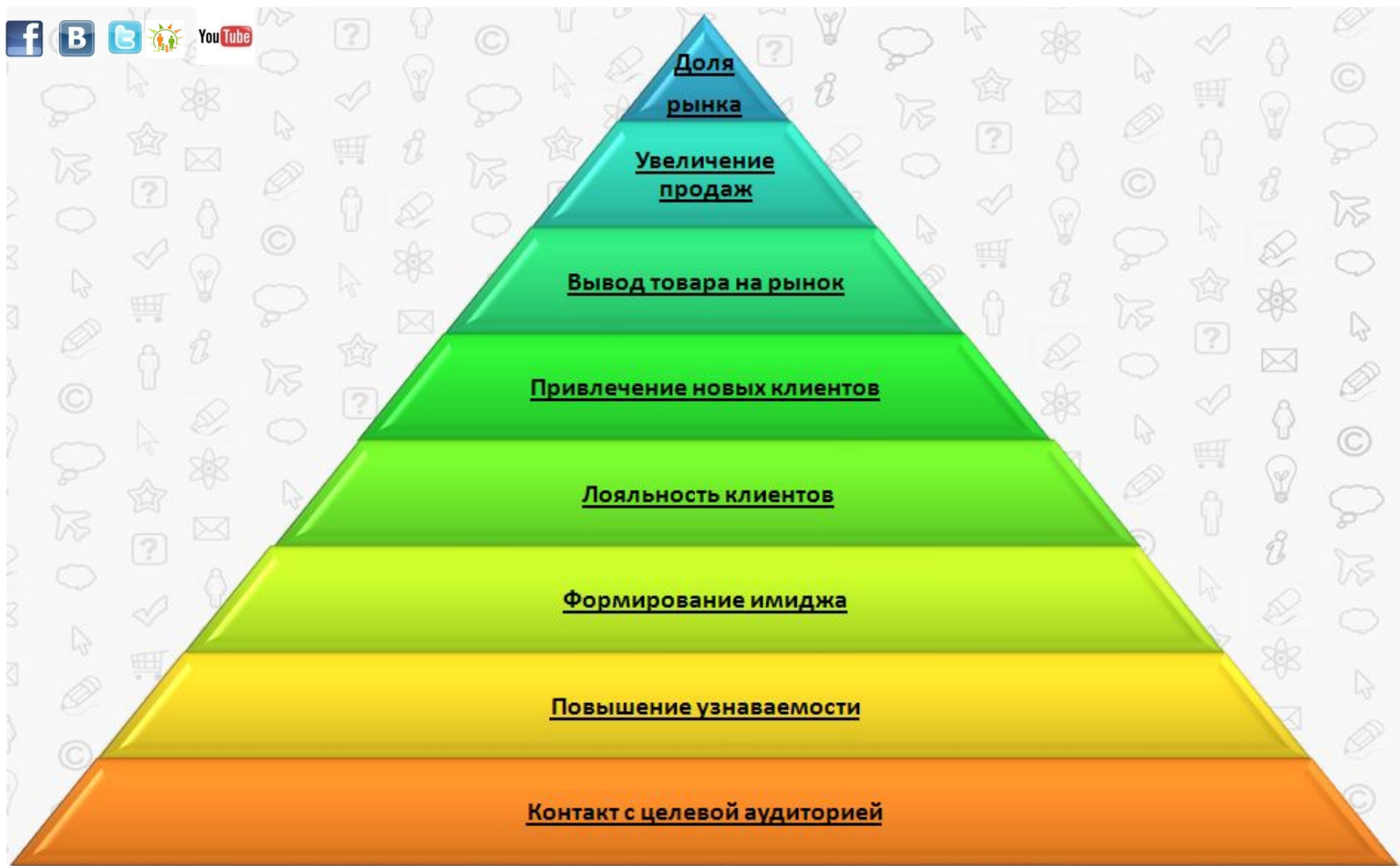
На этой стадии — назначение встречи либо приглашение на презентацию.

Предпочтительны – прямые коммуникации.

# Продажи: полный цикл:)



15





# Как выбрать площадку?



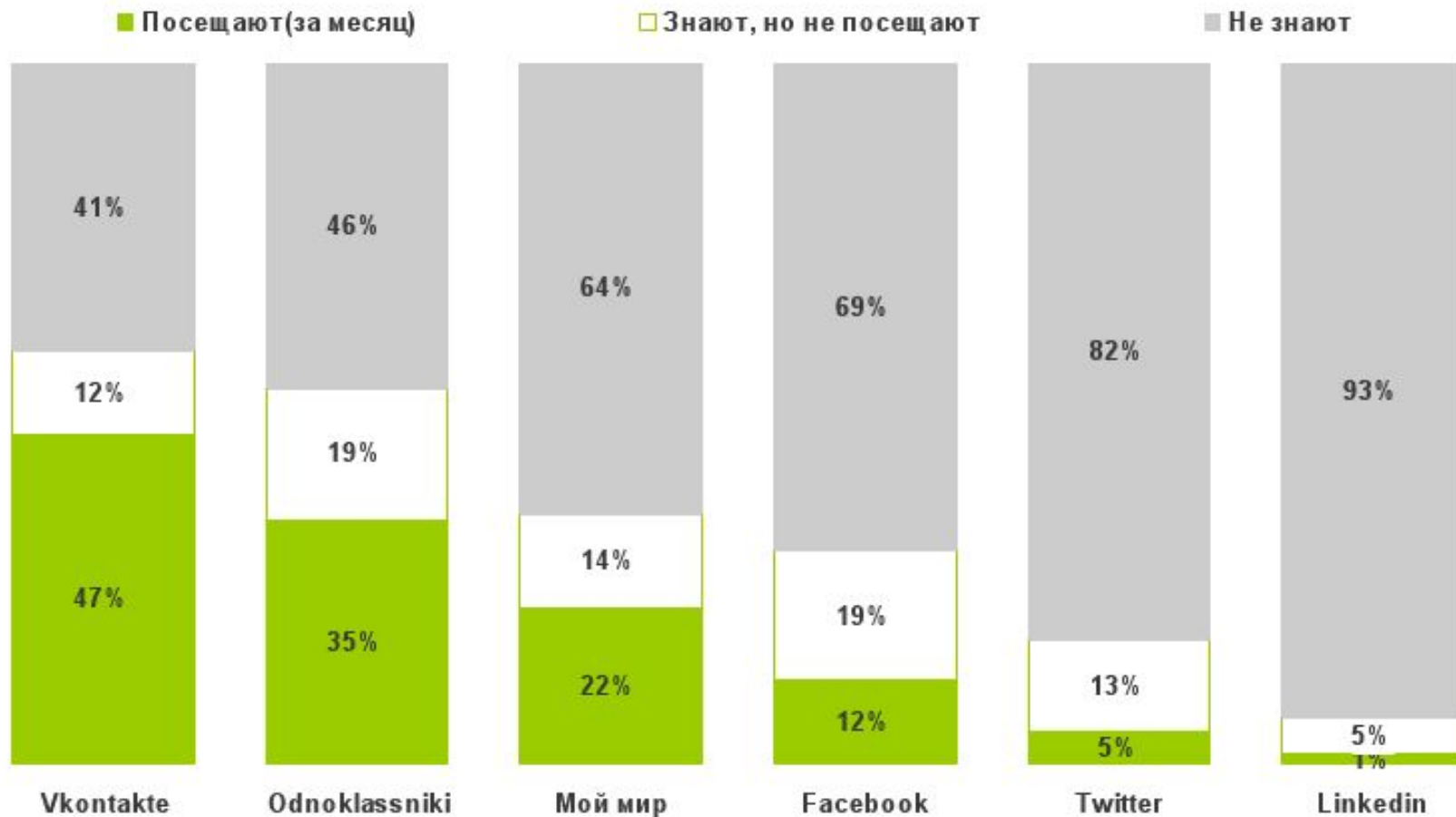
# Знание / посещение социальных сетей

МММ Украина'2010/4

База: регулярные пользователи Интернет



17



# Демографический профиль пользователей сайтов

MMI Украина'2010/3+4

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

Среднесуточная аудитория сайтов

**В КОНТАКТЕ**

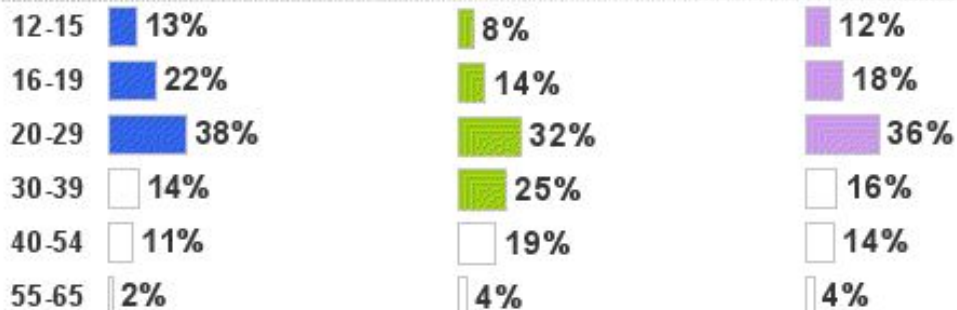


**facebook**

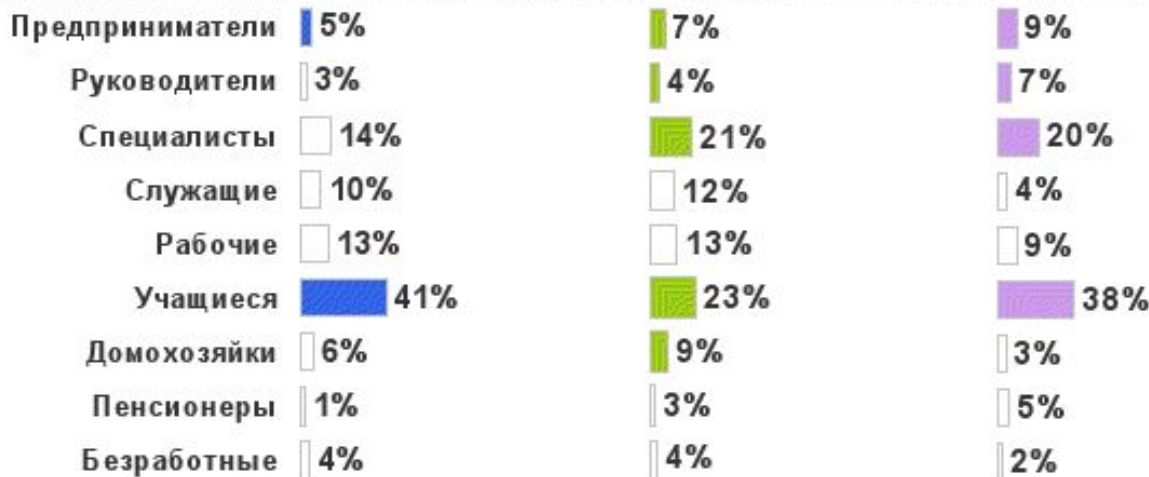
## ПОЛ



## ВОЗРАСТ



## РОД ЗАНЯТИЙ



цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Пользователи Vkontakte: социокультурный профиль

MMI Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет

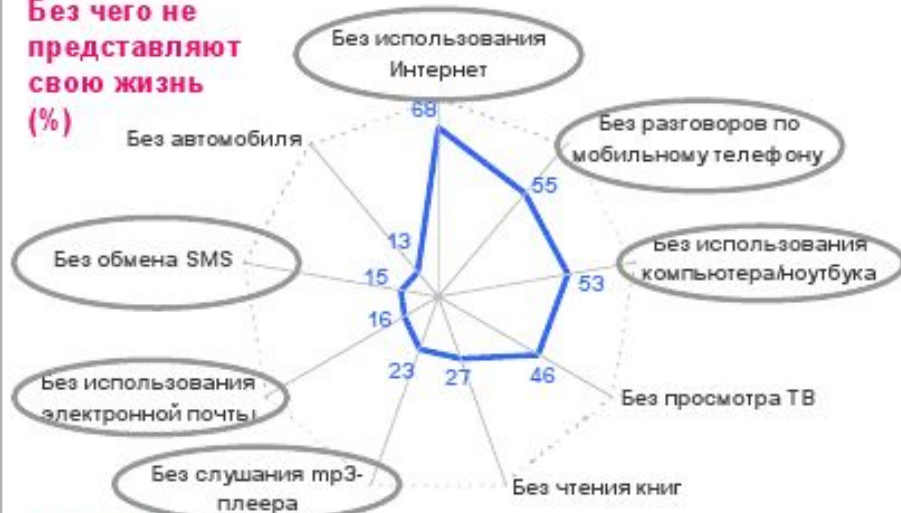


Среднесуточная аудитория сайтов

## Kompass



## Без чего не представляют свою жизнь (%)



## Пользователи Vkontakte



© TNS 2011

цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Пользователи Вконтакте

20

- социально активные новаторы
- готовые к риску
- не представляющие себе жизни без интернета и мобильных телефонов
- не скрывающие, что они – слегка «шопоголики»
- придающие значение своему имиджу.



# Пользователи Facebook: социокультурный профиль

MMI Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет

facebook

Среднесуточная аудитория сайтов

## Kompass

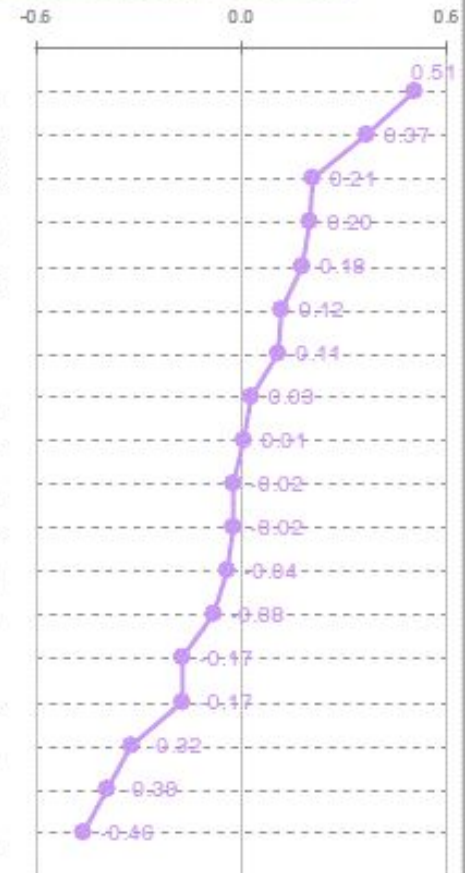


## Без чего не представляют свою жизнь (%)



## Пользователи Facebook

- Энергичность
- Уверенность в себе
- Престиж
- Готовность рисковать
- Внешний вид
- Фатализм
- Коллективизм
- Независимость
- Шопингомания
- Организованность
- Здоровое питание
- Неприятие рекламы
- Стремление к порядку
- Эгоцентризм
- Семья
- Экономность
- Традиционализм
- Осмотрительность



© TNS 2011

цветом выделены группы для которых Conversion Index  $\geq$  110

# Пользователи facebook

22

- Энергичные
- Уверенные в себе
- Ценящие пристиж
- Заботятся о внешнем виде
- Готовые рисковать



# Пользователи Odnoklassniki: социокультурный профиль

MMI Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет



Среднесуточная аудитория сайтов

## Kompass



## Без чего не представляют свою жизнь (%)



## Пользователи Odnoklassniki



© TNS 2011

цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Пользователи Одноклассников



24

- Энергичные
- Уверенные в себе
- Заботятся о внешнем виде
- Заботятся о престиже
- Шопоголики
- Готовы рисковать





# 2 LinkedIn

2

5

- Социальная сеть LinkedIn была основана Рэйдом Хоффманом в декабре 2002, запущена в мае 2003
- 85 миллионов пользователей
- Каждую секунду в ней регистрируется новый аккаунт
- LinkedIn - сеть профессионалов (руководители, владельцы)
- «Качественная» аудитория
- LinkedIn - ресурс для общения с хорошо знакомыми людьми. Очень часто круг общения пользователя LinkedIn состоит из людей одной с ним профессии

[www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)

# Пример:)



Стена

- Информация
- Действия друзей
- Фотографии
- Форум
- Заметки

О нас

Внимание! Здесь ежедневно появляется одна НОВАЯ вакансия Рунета. Не пропу...

Еще

10 787

это нравится

## PRUFFI

Консалтинг/Бизнес-услуги

Стена



PRUFFI

вакансия дня: руководитель отдела тестирования 130 000 руб.  
крупный интернет-проект. много запусков. много багов :) ищут профессионала тестирования, которые возглавит отдел (в подчинении 3 тестировщика и 4 юзабилита). Тестить как на вебе, так и на мобильных устройствах.  
Оплата успешной рекомендации 1000 евро.  
Рекомендуйте, пжлст, через PRUFFI Friends - так вы обеспечиваете конфиденциальность рекомендуемому.

Мне нравится · Комментировать · Поделиться · 11 ч. назад

4 пользователям это нравится

Просмотреть все комментарии (4)



PRUFFI спасибо. принято

5 ч. назад · Мне нравится



Владислав Шкодин ммм... а в каком городе работа?

5 мин. назад · Мне нравится

Оставить комментарий...

Vita Kravchuk

Roman Bry

# Пример:)



## PRUFFI

вакансия дня (предвестник кизиса): антикризисный управляющий в интернет-холдинг - 500 000 руб + премии

Основная задача: оперативно выработать тактику как значительно снизить ксты, не нанеся ущерб аудитории и качеству проекта. Опы в программах по сокращению персонала, оптимизации затрат, хорошее понимание специфики интернте-проектов. Свободный английский (подчинение и ежедневная работа с экспатом). От 35 лет, мужчина, решительный и стрессоустойчивый.

Оплата успешной рекомендации 1000 евро..

Пожалуйста, рекомендуйте через [PRUFFI Friends](#) - так вы обеспечиваете конфиденциальность рекомендуемому

Мне нравится · Комментировать ·

14 пользователям это нравится

Просмотреть все комментарии

Оставить комментарий...

**PRUFFI Friends**  
Прил.  
402 people like this  
6 друзьям это нравится

Мне нравится



## PRUFFI

вакансия дня: руководитель рекламных спец.проектов 100.000 руб +проценты

в крупный интернет-проект нужен руководитель направления продаж спец.проектов.- обязательно сочетание опыта работы и креатива. Горящие глаза, любовь к "женской и детской" тематике обязателен

Оплата успешной рекомендации 1000 евро..

# Пример:)



## Информация

- Стена
- Отзывы

## Обзор отзывов

★★★★★ (4.2 из 5)  
На основании 13 отзывах

**1 601**

активных пользователей за  
месяц

## PRUFFI Friends

Мне нравится

Перейти к приложению

Прил.

### Основная информация

Описание  
приложения

Рекомендуй ежедневно одного друга на новую вакансию и получи 1000 евро за успешную рекомендацию.

### Отзывы

Все обзоры

Оценка: ★★★★★

Написать отзыв о PRUFFI Friends

Поделиться рецензией



### Sergey Chaplygin

"★★★★★" Антикризисный управляющий. Себя. Мастер административной технологии. Подробности в привате.

Мне нравится · Комментировать · Вчера, в 17:59



## Топ-7 решений по работе в социальных медиа – рекомендации от компаний Fortune1000:

2

9

1. **Создайте интернет-сообщество любителей бренда** и принимайте во внимание их идеи (узнать мнение членов сообщества легче всего через опрос);
2. **Избегайте рекламы ради рекламы и не пиартесь намеренно**: лучше размещайте важные сведения на своем интернет-ресурсе;
3. Сделайте работу с социальными СМИ частью стратегии; всегда помните о целях компании;
4. Добавьте **мониторинг соцсетей** к существующим процессам мониторинга – это поможет быстро узнавать об изменениях в репутации вашей компании;
5. Создайте службу внутреннего общения с пользователями и подготовьте ответы на самые распространённые вопросы прежде, чем вступите в диалог с пользователями соцсетей;
6. Выступайте «адвокатом» онлайн-пользователей при разговоре с руководством вашей организации, не ведите себя как «посол бренда» в интерактивном общении с пользователями;
7. Если это возможно, устраните необходимость в корпоративном одобрении социального медиа-контента, чтобы вы могли более **оперативно реагировать** на ситуации.

# Профессиональные социальные сети



3

## SMM Group

0

HR. Ukraine

[www.hrukraine.ning.com](http://www.hrukraine.ning.com)

Business. People

[www.businessua.ning.com](http://www.businessua.ning.com)

# Спасибо за внимание!

31



*Мы, с удовольствием, ответим на все Ваши  
вопросы*



Вита Кравчук

Managing partner

SMM Group | Business People

093 520 82 56

kravchuk@businessua.net

