

# SMM для мероприятий

Екатерина Близнюк,  
SMM-специалист,  
таргетолог



# Мероприятия

## **2007-2011: УРСА Банк/МДМ Банк**

3 Спартакиады (2000 человек),

2 Новых года (1000 человек),

2 Стратегические сессии Топ-менеджеров (300 человек).

# Мероприятия

2016: Гала-показ Форума бизнеса моды

2017: Гала-показ Форума бизнеса моды

2018: Спектакль “Заплати мечтой” Экзордиум

2019: Спектакль “Отмороженные” Заплати мечтой

2019: Чемпионат афроплетения “#AFROДВИЖ”

2019: SMM Siberia — 2019 (мечта сбылась!)

# Корпоративные мероприятия (Банк)

1. Не нужно привлекать участников (50% придут сами, 50% заставят прийти).
2. Более 70 человек в проектной группе.
3. Планы все равно не выполняются.
4. Сотрудники Банков тоже ошибаются.
5. Мандарины по 600р. за килограмм - это реально!
6. Главное - не уволиться до мероприятия, дальше все пойдет нормально.

# Мероприятия от 500 человек

1. Собрать участников - первостепенная задача. Без них остальное уже не имеет значение.
2. Важно - составить смету.
3. Нет плана и его не соблюдает никто.
4. 3-7 человек в проектной группе.
5. Продают все.

## Узкоспециализированные мероприятия (до 100)

1. Погружение в новую сферу.
2. Нужен лидер мнений из сферы и Вы найдете его не сразу.
3. Все думают, что раз Вы новые в этой сфере, то “прокатит любой номер”.
4. Интриги повсюду.
5. Проектная группа 5 человек.
6. Спонсоров и партнеров искать сложно. Не соглашайтесь! (подходит до 500 человек).

## Темы контента

1. Организационные моменты мрп (дата, адрес, тайминг).
2. Технические материалы (требования, номинации, судьи, актеры, о мероприятии, о задумке, миссия, призы).
3. Развлекательный контент (что интересно еще для ЦА и сочетается с задумкой мрп).
4. Интерактив (конкурсы, опросы, вопросы для ЦА).
5. Обратный отсчет за 10 дней.

# Стратегии таргета и продвижения

1. Заплаты мечтой, 2018
2. Антикейс, 2018
3. Отмороженные, 2019
4. #AFROДВИЖ, 2019



# Заплаты мечтой 2018

1. Более 15 направлений аудиторий.
2. Аудитории быстро выгорают, постоянная смена баз парсинга и объявлений.
3. Высокая конкуренция на Зимние каникулы, дорогой клик.
4. Продажи через сообщения сообщества.
5. Работа с ретаргетом - дешевые лиды.
6. Промопосты: картинки афиши, коллажи с фото актеров, видео.

# Главный инсайт

Продажи в диалогах сообщества и промпосты со ссылкой на диалог. Продали более чем на 34000р. с 23-40 до 02-40.



Дарья 1:26

Екатерина вот уровень!!! Вы реально крутой продажник)) даже ночью работаете))



Заплати мечтой | 8 января | Новосиби... 1:26 (Вы)

😁 всей душой болею за Экзордиум, спасибо )

# Антикейс, декабрь 2018

1. Лично я не собираю бизнес-мероприятия.
2. Таргет с фото лидера мнений: это точно лидер? Нужно проверять.

3. Хайповый пост:  
пробки и участники  
группы (от 18 лет)

Инцидент.

Название кампании:	Новосибирск
Дневной лимит:	Не задан
Лимит объявления:	100 руб/сут
Цена за 1000 показов:	300.96 рубля
Статус:	Активно
Дата запуска:	Не задана
Дата остановки:	Не задана
Расписание:	Не установлено
Рекламные площадки:	Все площадки Исключая стены сообществ Исключая рекламную сеть
Ограничение показов:	Ограничивать до 1 показа на человека
Тематики:	Концерты, мероприятия (Развлечения и хобби)
Сохранение аудитории:	Перешли по ссылке Перешли в сообщество, Перешли по ссылке или в сообщество, Подписались на сообщество
Целевая аудитория:	70 000 человек
Город:	Новосибирск, Россия
Возраст:	От 18 лет
Исключить группы:	
Активность в сообществах:	Новосибирск, Инцидент Новосибирск, Интересный Новосибирск, Нетипичный Новосибирск, Афиша Новосибирска
Ссылка:	
	Редактировать

В Новосибирске опять пробки 10 баллов 😬  
В конце ноября ситуация повториться, не знаешь как объехать пробки? Мы подскажем 😊  
Приходи на самое мощное [redacted] в Новосибирске будет сам...



Редактировать

Копировать вместе с записью

# Антикейс, 2019

4. Промопосты в 4 строчки типа.

5. Генерация в лид-форму, но им никто не позвонит или через 2 недели.

6. Нецелевые лиды.

Из Новосибирска? 🙋

Хочешь прокачать свой бизнес, личный бренд, продажи, маркетинг, и узнать все

\_\_\_\_\_ 😊

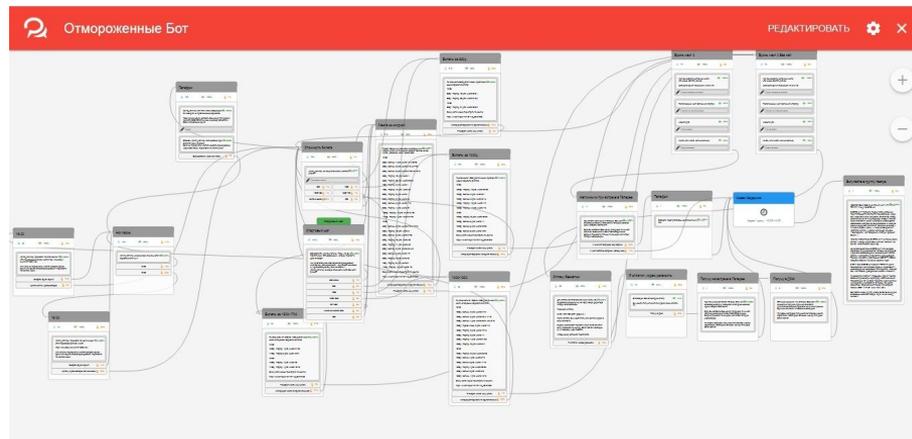
Ваше участие - это мощнейшая инвестиция в себя 🔥

Посети \_\_\_\_\_ в твоём городе!



# Отмороженные 2019 (1900 человек)

1. Чат-бот (конверсия 42%).
2. Рассылки.
3. Интерактив.
4. Базы.
5. Промо на активных.
6. 188 000 р. из диалогов.
7. Это без облачных сервисов.
8. 2 полных зала в ДКЖ.



# Главные инсайты

1. Не меняйте таргетолога каждый год - опыт важен.
2. Не бойтесь рассылок, бойтесь пустого зала.
3. Активности с рекламы - важнейший ресурс.
4. Конкуренты работают слабо.
5. Тестов, объявлений, кампаний нужно много, очень много.

# #AFROДВИЖ

1. Менее 100 участников.
2. Топовые вопросы: “Кто Вы?” и “Почему так быстро”?
3. Месяц - это очень быстро.
4. Иллюзия: не надо платить таргетологу.
5. Реальность: смета меняется каждый день.
6. Таргет на мастеров: сложно и дорого.
7. Таргет на моделей: легко и дешево.
8. Риск оправдывает себя победой.

# #AFROДВИЖ

1. Как собрать мастеров и тех, кого меньше 50 в городе:
  - таргет ВК;
  - хештеги Инста;
  - Авито;
  - 2Гис;
2. Как собрать моделей: таргет ВК - гугл форма. И все.
3. Как собрать партнеров: таргет и большой вопрос. Это сложно, я знала, но они были.

## Про технический контент

**Рекомендация:** найти волонтера, который из этой сферы и может что-то подсказать.

**Важный момент:** Вам будут “лить воду”, советовать, рекомендовать и т.д. В итоге все сделаете сами и коряво.

**Поэтому нужен 2 раз. Он будет в сентябре 2019 - ищу партнеров и спонсоров!**

Проводите 2 раза в год и контент должен идти между.

Удачных Вам мероприятий!

Вопросы?

Все кейсы есть здесь: <https://vk.com/runawaypro>

Благодарю за внимание!

# Результаты тестирования таргета

Аудитория: все, кто активно среагировал на рекламу. Пока что переходы дорогие, зато нет жалоб совсем. Аудиторию можно развивать дальше.

<input type="checkbox"/>	Название		CPM (?)	Дн. лим.	Общ. лим. (?)	Потрачено	Показы	Переходы	CTR (?)	eCPC (?)
<input type="checkbox"/>	Запись	■	<u>140.64 ₹</u>	<u>Не задан</u>	<u>100 ₹</u>	24.33 ₹	173	0	0.000 %	0.00 ₹
<input type="checkbox"/>	Подписка мем	■	<u>180.64 ₹</u>	<u>Не задан</u>	<u>100 ₹</u>	37.38 ₹	227	2	0.881 %	18.69 ₹
<input type="checkbox"/>	Подписка	■	<u>180.64 ₹</u>	<u>Не задан</u>	<u>100 ₹</u>	34.36 ₹	227	2	0.881 %	17.18 ₹
Всего						96.07 ₹	627	4	0.638 %	24.02 ₹

# Результаты тестирования таргета

Аудитория: все, демография за исключением всех, кто уже видел рекламу.  
Самые дешевые переходы, вступления и подписки. Можно использовать, как локомотив привлечения на подписку в первую очередь.

Статистика кампании ×

**Общий охват записей в кампании**

 **3 034**

**2 680 / 0 / 354**  
не подписчиков / подписчиков / бесплатных

<b>142</b> перехода в группу	<b>0</b> скрытий
<b>7</b> вступлений в группу	<b>0</b> жалоб
<b>138</b> переходов по ссылке	<b>0</b> скрытий всех записей

# Итоги и рекомендации

1. Позитивная стратегия развития уже понятна. Далее остается ее только развить.
2. Чтобы автоматизировать общение с подписчиками, можно разработать чат-бота, который будет уже вести по цепочке всех, кто подписался. На продажу будут оставаться только прогретые школьники. Далее - работа менеджера продаж. Рекомендации я уже говорила по ней, можно прослушать повторно.
3. Контент: добавить больше развлекательных постов, опросов.
4. Базы: собирать также с опросов и уже давать объявления по предметам. Также продолжать работать на общие аудитории.
5. Мамаы - пока не работать с ними, им это не интересно.
6. Конкурсы: подобрать удачную стратегию и проводить хотя бы раз в месяц с опросами и стандардизацией в постах.