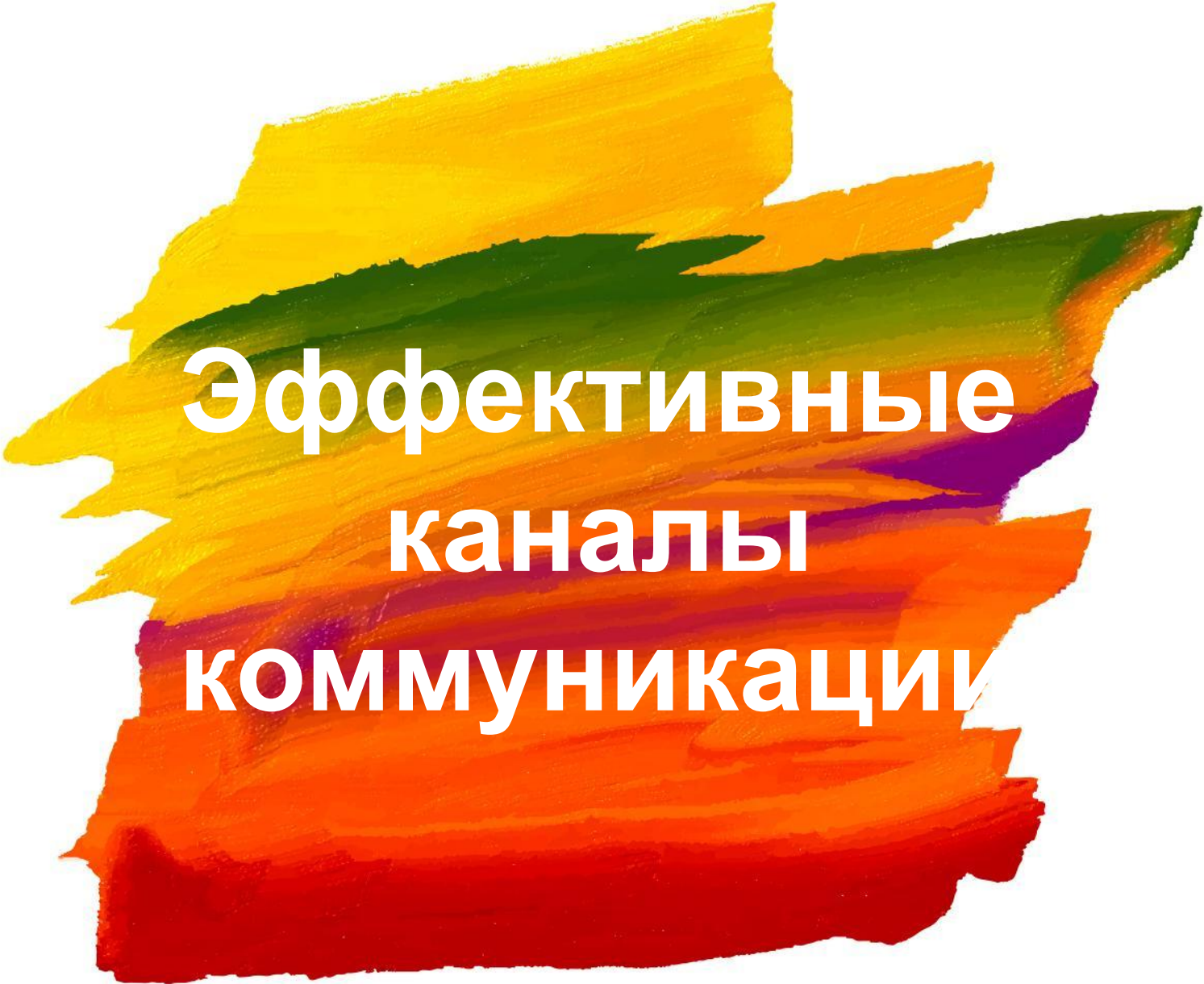




Эффективные каналы коммуникации

ОНЛАЙНОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Социальные сети

**Какие социальные сети вы
знаете?**

**Какие социальные сети
вы используете?**

**Какие социальные сети
используют ваши читатели/зрители/слушатели?**

ОНЛАЙНОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Социальные сети

Я знаю

Facebook
Vkontakte
Одноклассники
Linkedin
Instagram
Всети
Google+
Twitter

Я использую

Instagram, Facebook

Посетители тайм-клуба используют

1. Vkontakte
2. Instagram

ОНЛАЙНОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Социальные сети Сегменты Целевой Аудитории

Кто ваши читатели? Каковы их интересы? Какие соц.сети они используют?

Молодые специалисты, которые получили образование в областных городах или столице и вернулись в Бобруйск по распределению либо самостоятельно нашли работу
Возраст: 23+
Доход: от 220 BYN до 400 BYN
Интересы: личностный рост, повышение профессиональной квалификации, взаимоотношения

**FACEBOOK
VKONTAKTE
INSTAGRAM**

Старшеклассники, учащиеся и студенты
Возраст: 15-23
Доход: от 0 до 100 BYN
Интересы: модный неформальный досуг

Мамы в отпуске по уходу за ребенком
Возраст: 20-25
Интересы: дети, здоровье, питание, психология

**VKONTAKTE
INSTAGRAM**

Тренеры, коучи, эксперты по разным направлениям
Возраст: 30+
Интересы: проведение тренингов, мастер-классов на различную тематику, поиск новых рынков для оказания услуг, продвижение в регионах

FACEBOOK

ОНЛАЙНОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Социальные сети

Активность и концентрация Целевой аудитории

Что делают?

Генерируют контент
Обсуждают
Наблюдают (пассивны)

Анализ конкурентов



Где делают?

На персональных страницах
В сообществах конкурентов
В партнерских сообществах

ОНЛАЙНОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

**Социальные
сети**

Создание сообщества

Оформление:

Фото
Меню
Ссылки
контакты

Контент-план:

Вирусный контент
Графики
Фотографии
Информация о товаре/услуги
Опросы

Позиционирование

Продвигаем услугу или товар
Развиваем тему
Продвигаем персону

ОНЛАЙНОВЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

Социальные сети

Оценка эффективности

Охват аудитории

Продажи

Обратная связь

Количество и качество упоминаний

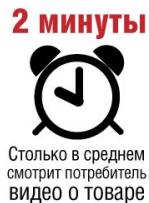
Трафик

СТОИМОСТЬ

- ^{ь?} Контент
- Администрирование
- Таргетированная реклама

1. Видео

ВИДЕО СТИМУЛИРУЕТ ПОКУПАТЬ



- Эмоции
- Любительское видео
- Яркие краски
- Слова вместо текста

ЗАПАДНЫЙ ОПЫТ

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИНТЕРНЕТ-ВИДЕО ОЧЕНЬ МОБИЛЬНЫ!



на 1 зрителя видео на ноутбуке приходится 3 «мобильных зрителя»

Потребители,
смотревшие видео
на 174%
более лояльные
и ГОТОВЫЕ
купить продукт



76%

маркетеров планируют
добавить видео
на сайт компании



КАЖДЫЙ ТРЕТИЙ ДОЛЛАР
интернет-рекламы скоро будет потрачен на
производство онлайн видео-контента

video marketing biz.ua

2. Чат-боты

- Автоматизация процессов
- Изучение пользовательских запросов
- Автоматизация

С Ботом по жизни



- **Таймкиллеры** (игры, тесты, голосовалки, викторины)
- **Осведомители** (блоги, новости, котировки, погода)
- **Помощники** (CRM, менеджеры, консультанты, тренеры)
- **Поисковики** (книги, рецепты, видео и аудио, услуги)
- **Продажники** (интернет-магазины, сфера услуг)
- **Виртуальные собеседники** (техподдержка, виртуальные друзья)

3. Нативная (естественная) реклама

- Максимум полезной информации
- Минимум брендинга

НАТИВНУЮ РЕКЛАМУ ЗАМЕЧАЮТ БОЛЬШЕ, ЧЕМ БАННЕРНУЮ РЕКЛАМУ

Потребители смотрели на нативную рекламу на 52% чаще, чем на баннерную рекламу:

Среднее количество взглядов на рекламу за сессию:



На 25% больше потребителей заметили нативную рекламу в контенте по сравнению с баннерной рекламой

Процент пользователей, которые заметили нативную рекламу, по сравнению с баннерной рекламой:



4. Бренды — как люди

- клиенты=друзья
- информация о внутренней «кухне» прозрачна
- эмоции (и радость, и печаль)
- искренняя обратная связь

ДОВЕРИЕ

- ОТКРЫТОСТЬ
- ЧЕСТНОСТЬ
- ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

5. Больше историй, хороших и разных



- история продукта
- история услуги
- рассказы из детства
- зарисовки и заметки
- истории клиентов
- истории работников

6. SMM всегда и везде

- Зачем я это делаю?
- Для кого?
- Какой результат хочу получить?

- Работа с аудиторией.
Таргетинг
- Работа с контентом
- Работа с инструментами
оценки и анализа

двумя каналами

РАСКЛАД ПО КАНАЛАМ КОММУНИКАЦИИ

Россия 700k+, Average Daily Reach, млн чел., % от населения



TNS Web Index, Россия 700k+, февраль 2016, Average Daily Reach, 12-64 лет, в данных по мобильному Интернету представлена статистика только по приложениям, не учтены предустановленные приложения, браузеры и магазины приложений
© TNS 2016

7. Агенты влияния / Лидеры мнений

□ Авторитетное лицо высказывается в пользу бренда или продукта

Лидеры мнений

Сообщества и группы

Активные пользователи



Много друзей, подписчиков

Звезды – регистрация и реклама

ЗАКАЗЧИКИ

Вы **хотите**, чтобы звезды говорили о Вашем **бренде**?

Вы всегда **МЕЧТАЛИ**, чтобы о Вас узнали все те, кто давно хотел, но боялся спросить?

Вы хотите увидеть информацию о Вашей компании или услугах в дневниках Ваших кумиров?

Вы **считаете**, что Ваша целевая аудитория слишком узка?

Воспользуйтесь услугой - пост от звезды, и это принесёт высокие результаты.

ЗАКАЗАТЬ

ЗВЁЗДЫ

Вы – известная в широких кругах **личность**?

Вы умеете **заставить** прислушиваться к себе?

Вы можете **рассказать интересно** о чем угодно?

Вы прекрасно **предугадываете** новые веяния?

Вы обладаете большим кредитом доверия аудитории?

РЕГИСТРАЦИЯ

Приглашаем Вас зарегистрироваться в системе в качестве Звезды.