

# Обратите внимание на social media



**Обратите внимание  
на social media**

# Social media недооценены



При том, что:

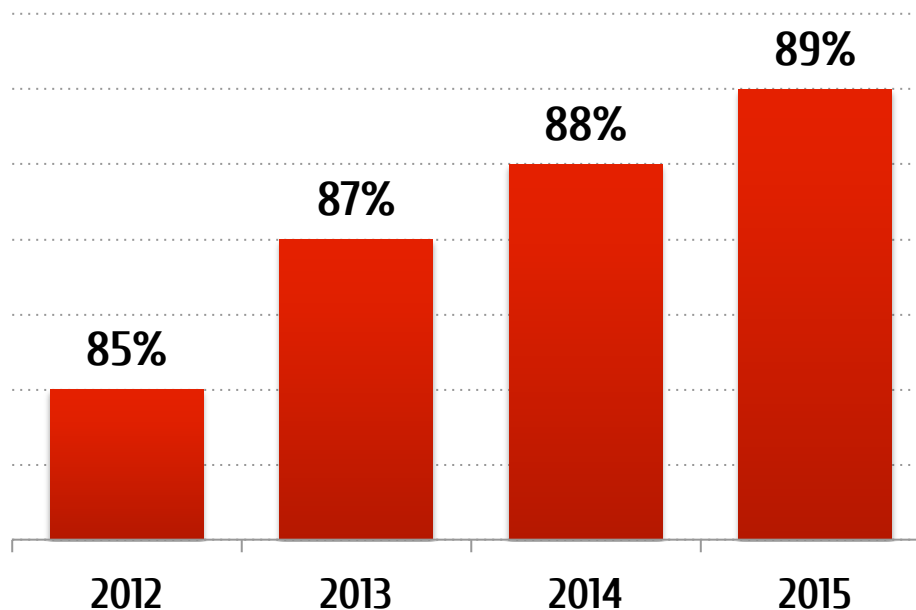
- Они могут обеспечить высокий охват и точное попадание в ЦА
- Репутация бренда в social media и вовлеченность потребителей в коммуникацию с брендом влияют на решение потребителя о покупке

# Подавляющее число брендов США используют social media в коммерческих целях

Доля компаний, которые используют social media в коммерческих целях высока

Еще в 2012 в США она достигла 85% и уже не будет значительно меняться в ближайшие несколько лет

Используют social media в коммерческих целях

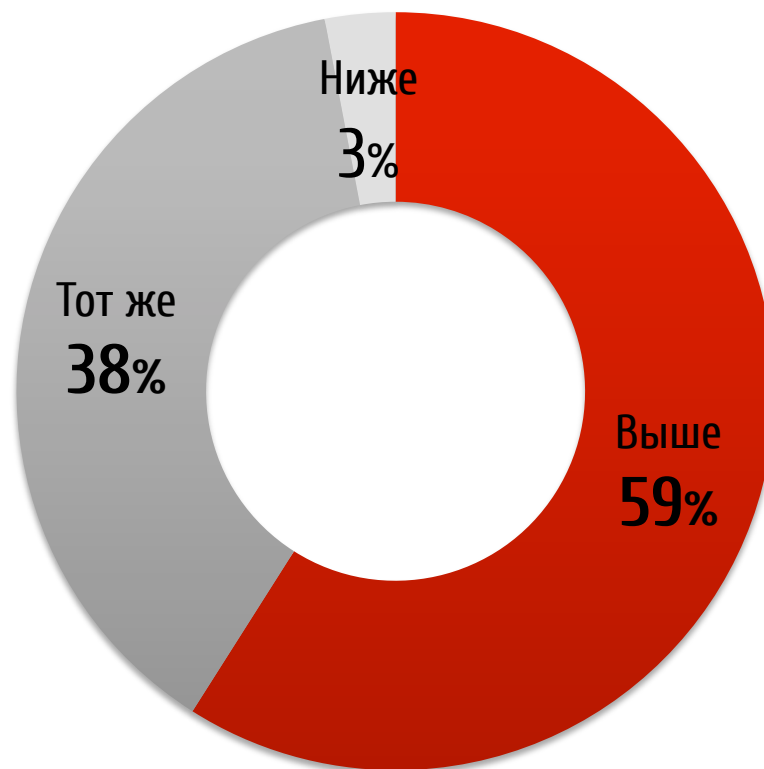


# 59% компаний в США готовы повысить бюджеты на social media в следующем году

Остальные компании будут тратить столько же

О своих планах на снижение бюджетов рассказали только 3% респондентов

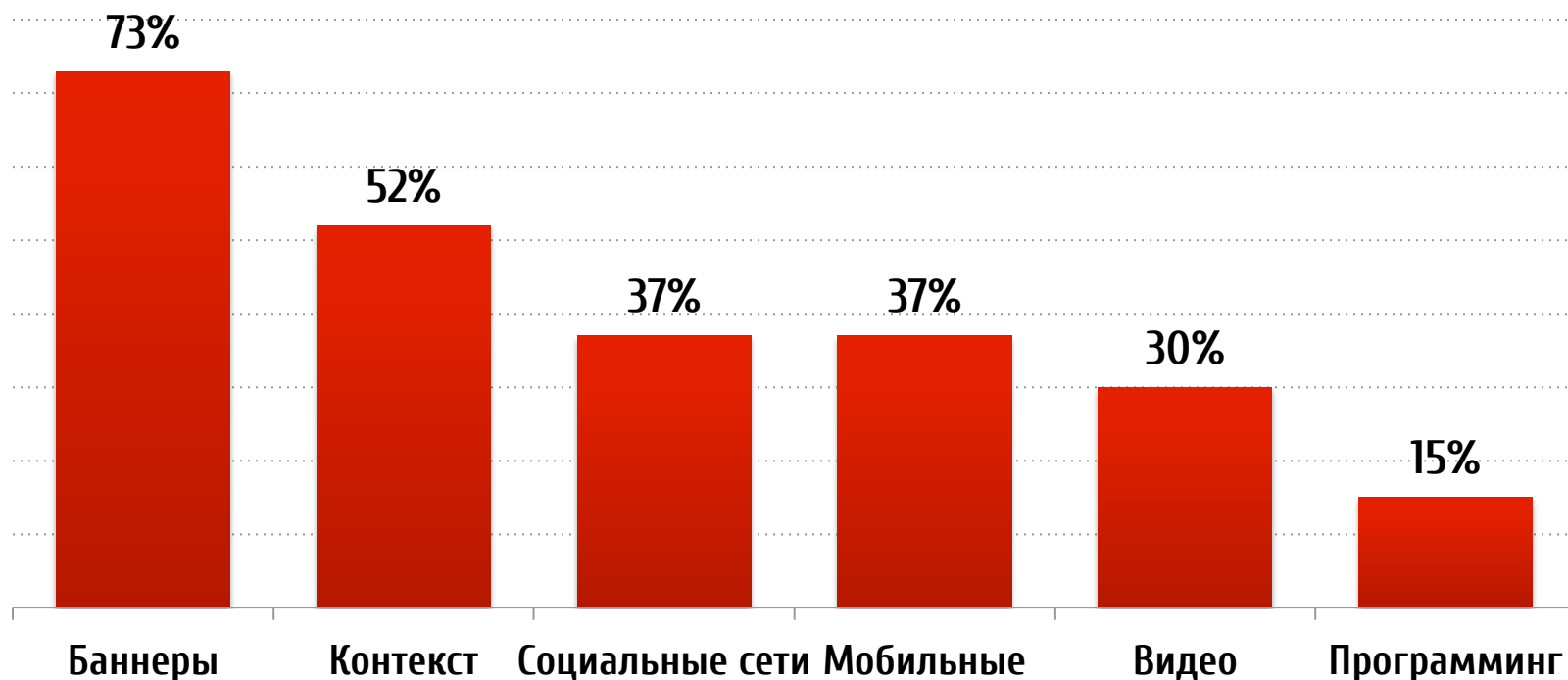
Бюджет на social media в следующем году будет ...



# Маркетологи США готовы увеличить бюджет на social media на 37%

То есть social media не намного отстает от контекстной рекламы

## Прирост бюджета по статьям



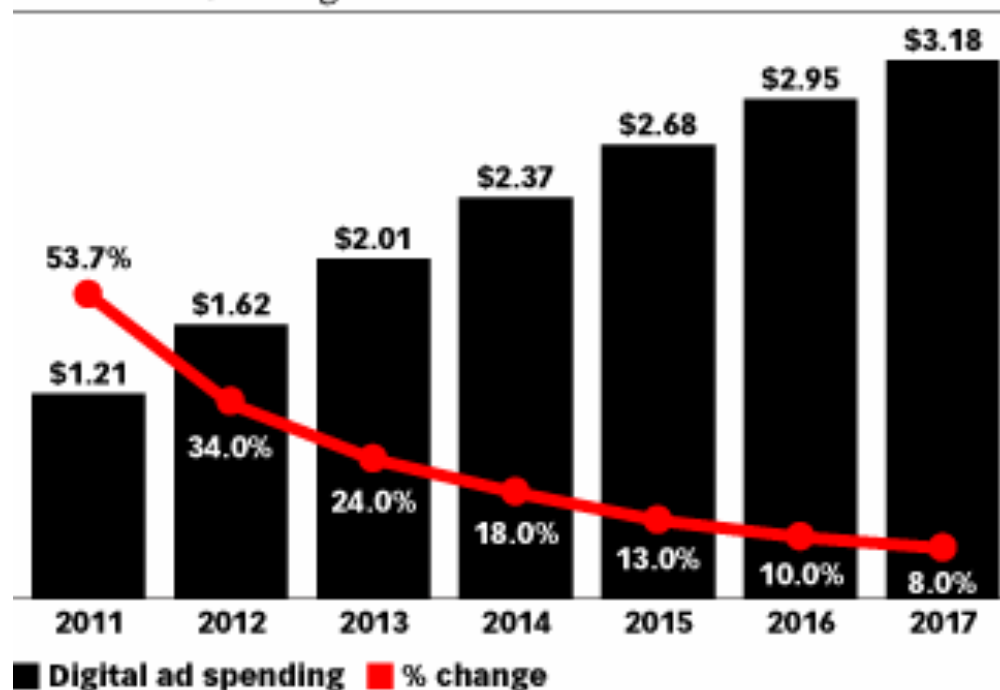
# Российский рынок digital тоже растет

Так по итогам 2013 прогнозируемый прирост составит порядка 24%

И при том, что общие темпы роста замедлятся, аналитики считают, что позитивная динамика сохранится

## Digital Ad Spending in Russia, 2011-2017

billions and % change



Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones and tablets, and includes all the various formats of advertising on those platforms; excludes SMS, MMS and P2P messaging-based advertising; CAGR (2012-2017)=14.5%; converted at the exchange rate of US\$1=RUB31.07

Source: eMarketer, June 2013; confirmed and republished, Aug 2013

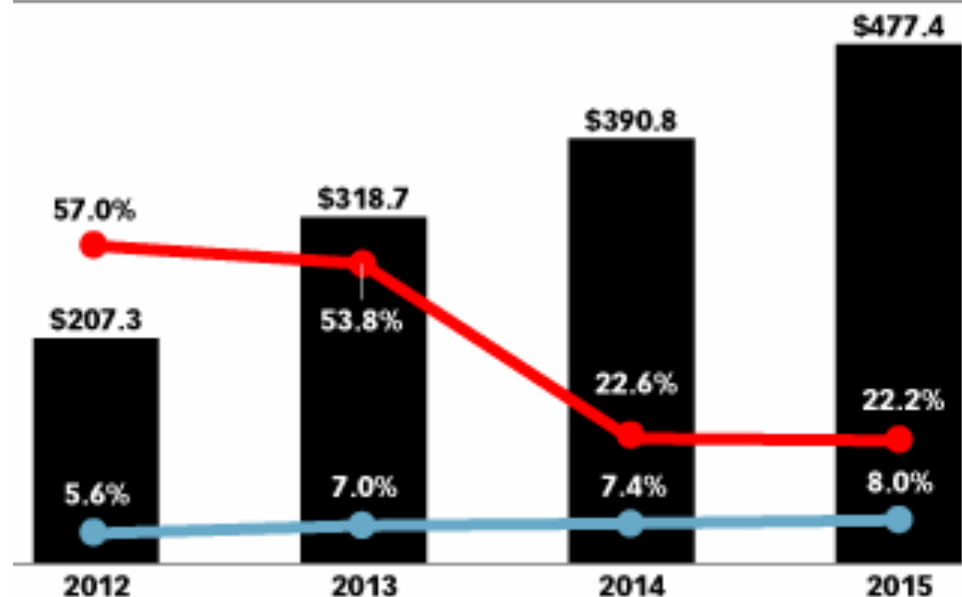
# Растут и бюджеты на social media

При этом в 2014 планируется резкое замедление темпов роста

- Как в абсолютных цифрах (общие объемы бюджетов)
- Так и в относительных (доля social media в digital бюджетах компаний)

## Social Network Ad Spending in Central & Eastern Europe, 2012-2015

millions, % change and % of digital ad spending



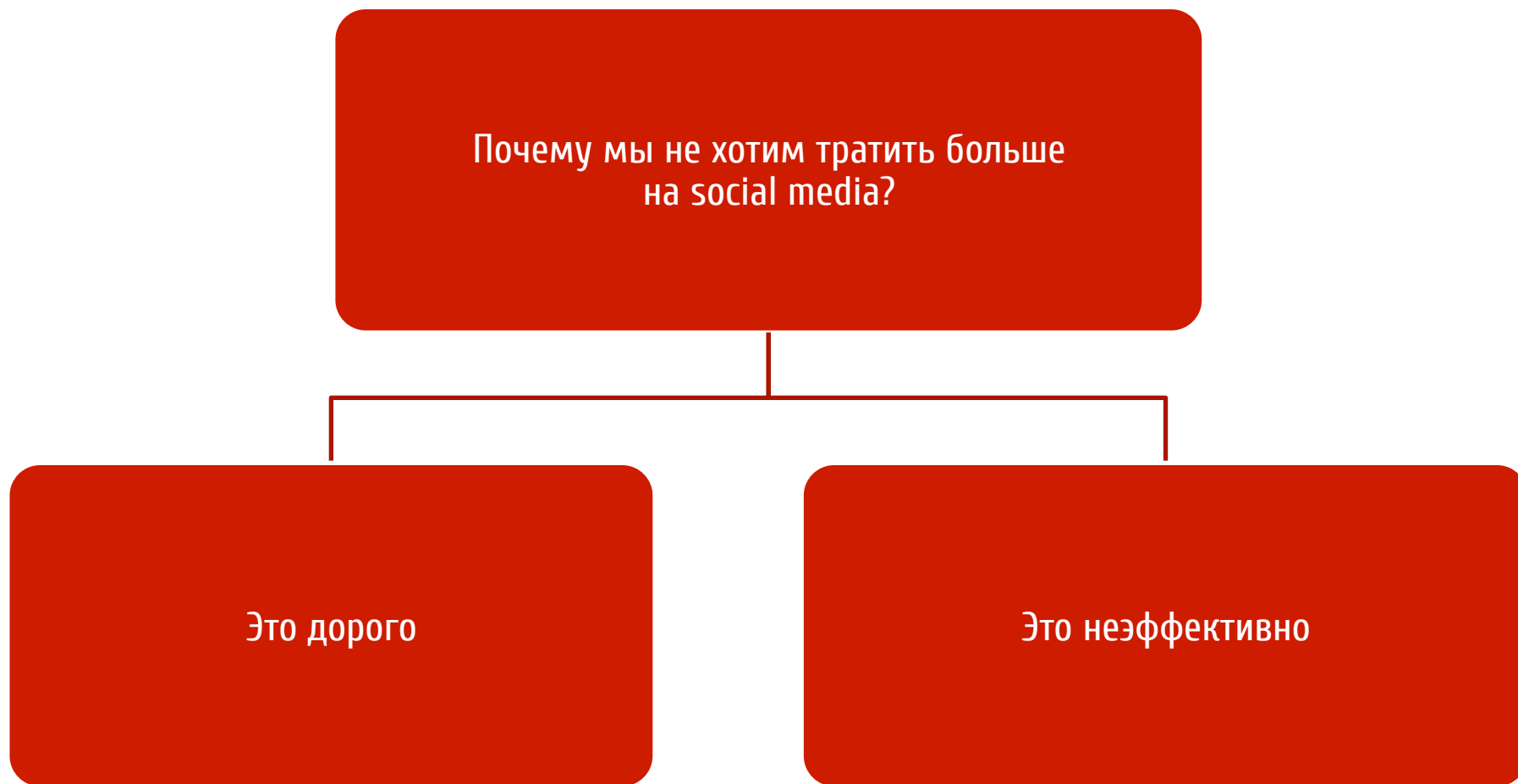
■ Social network ad spending  
■ % change ■ % of digital ad spending

Note: includes display, search, video and other forms of paid advertising appearing within social networks, social games and social applications; excludes spending by marketers that goes toward developing or maintaining social network profile pages or branded applications  
Source: eMarketer, Sep 2013



**Почему бренды  
не увеличивают бюджет  
на social media?**

# Почему бренды не увеличивают бюджет на social media?

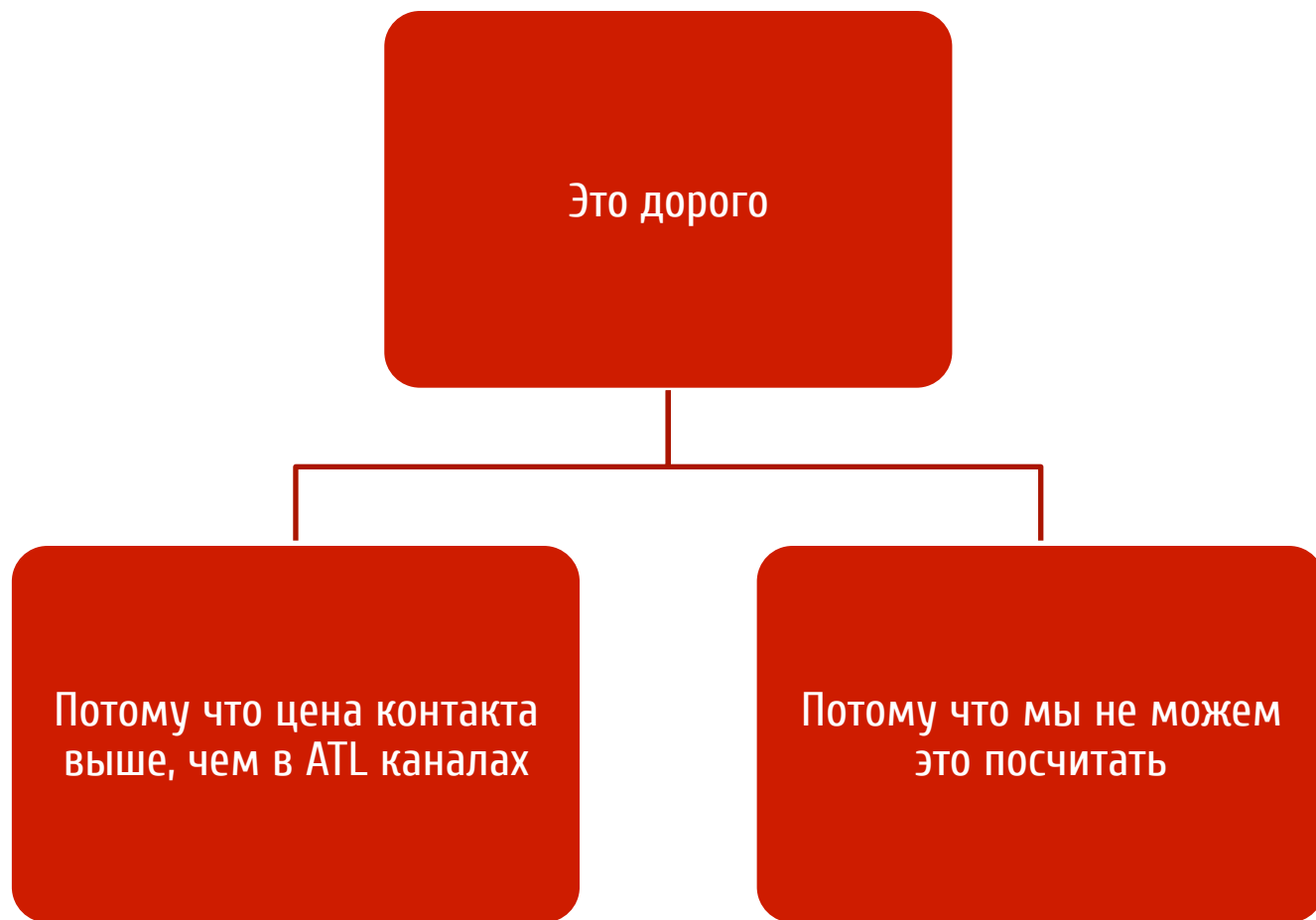


# Почему бренды не увеличивают бюджет на social media?



**Social media – это не дорого,  
если говорить о среднесрочных  
перспективах**

# Почему бренды считают, что social media – это дорого?



# Цена контакта относительно других каналов

Цена 1 контакта с аудиторией, мужчины старше 16 лет.

Канал	Цена контакта
ТВ	1.19
Газеты	1.31
Журналы	0.91
Радио	0.63
Социальные сети	19.00

# Цена контакта относительно других каналов

Цена 15 контактов с аудиторией, мужчины старше 16 лет.

Канал	Цена контакта	Конверсия	Цена подписчика	15 контактов
ТВ	1.19			17.85
Газеты	1.31			13.08
Журналы	0.91			13.72
Радио	0.63			9.46
Социальные сети	19.00	0.1	190	12.67

# Возьмем домохозяек

Цена 1 контакта с аудиторией, женщины старше 16 лет, замужем.

Канал	Цена контакта
ТВ	1.36
Газеты	1.86
Журналы	1.13
Радио	1.22
Социальные сети	24.00



# Возьмем домохозяек

Цена 15 контактов с аудиторией, женщины старше 16 лет, замужем.

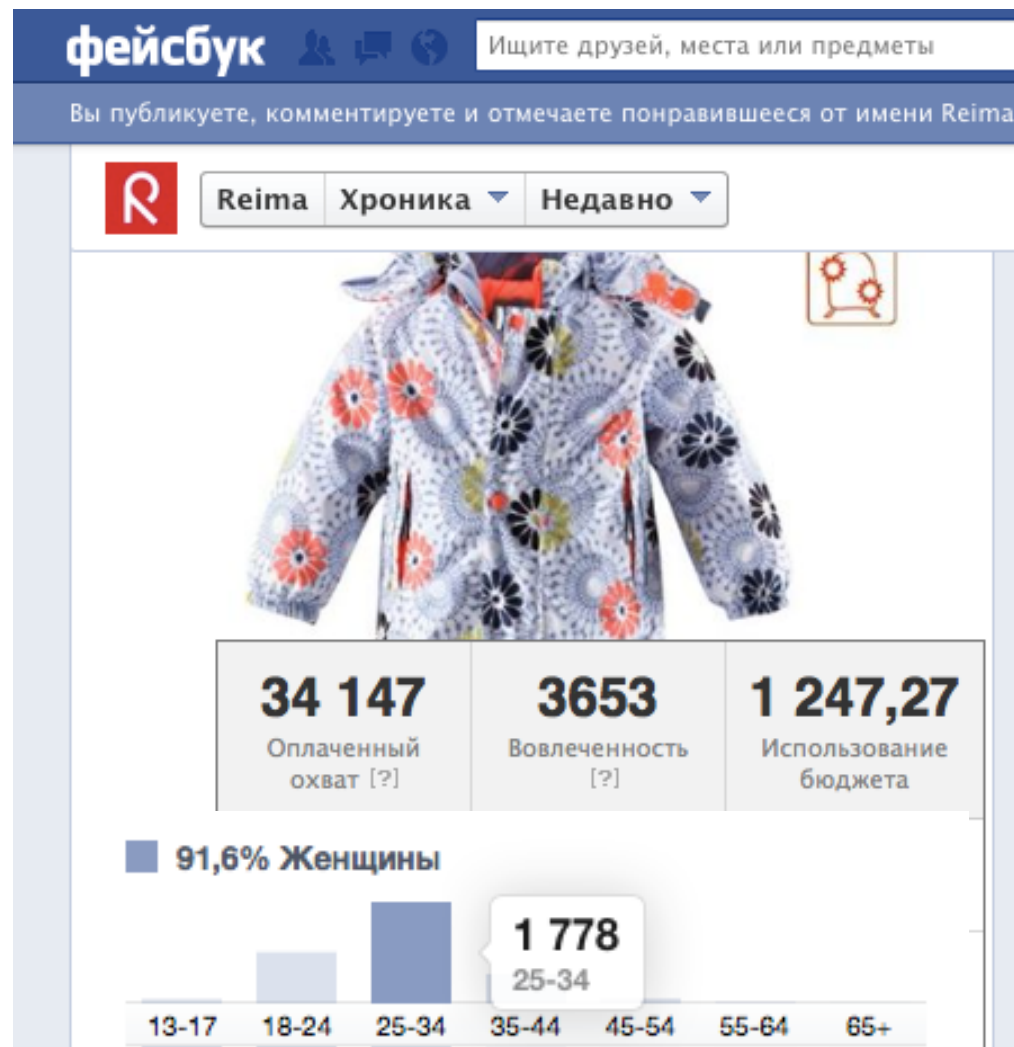
Канал	Цена контакта	Конверсия	Цена подписчика	15 контактов
ТВ	1.36			20.33
Газеты	1.86			18.56
Журналы	1.13			17.02
Радио	1.22			18.34
Социальные сети	24.00	0.1	240	16.00

# Сколько стоит рассказать им о новом продукте здесь и сейчас?

Просмотр нового комбинезона

– 0.03, подробное изучение –  
0.42

Канал	Цена контакта
ТВ	1.36
Газеты	1.86
Журналы	1.13
Радио	1.22
<b>Социальные сети</b>	<b>0.03</b>



**Social media - это эффективно,  
если работать с ними правильно**

# Почему это кажется неэффективным?



# 74% маркетологов считают, что присутствие бренда в social media необходимо

Причем наличие представительства бренда в social media для части опрошенных важнее, чем реклама

## Social Media Marketers\* Worldwide\*\* Who Think It Is Very Important to Advertise or Have a Presence on Facebook or Twitter, July 2011

% of respondents

### Facebook



### Twitter



■ Presence

■ Advertise

Note: \*who are classified as "high spenders" by meeting minimum social media marketing and advertising spending levels; \*\*Brazil, Canada, France, Singapore, UK and US

Source: Microsoft Advertising and Advertiser Perceptions, "Social Advertising and Driving Word of Mouth: The Social Advertiser's View," Sep 26, 2011

# При этом 72% не знают как посчитать ROI работы в social media

Более половины жалуются на высокий отток аудитории (56%) и говорят о том, что база подписчиков их сообществ не совпадает с целевой аудиторией их товаров и услуг (52%)

# Как мы можем посчитать эффективность работы в social media?



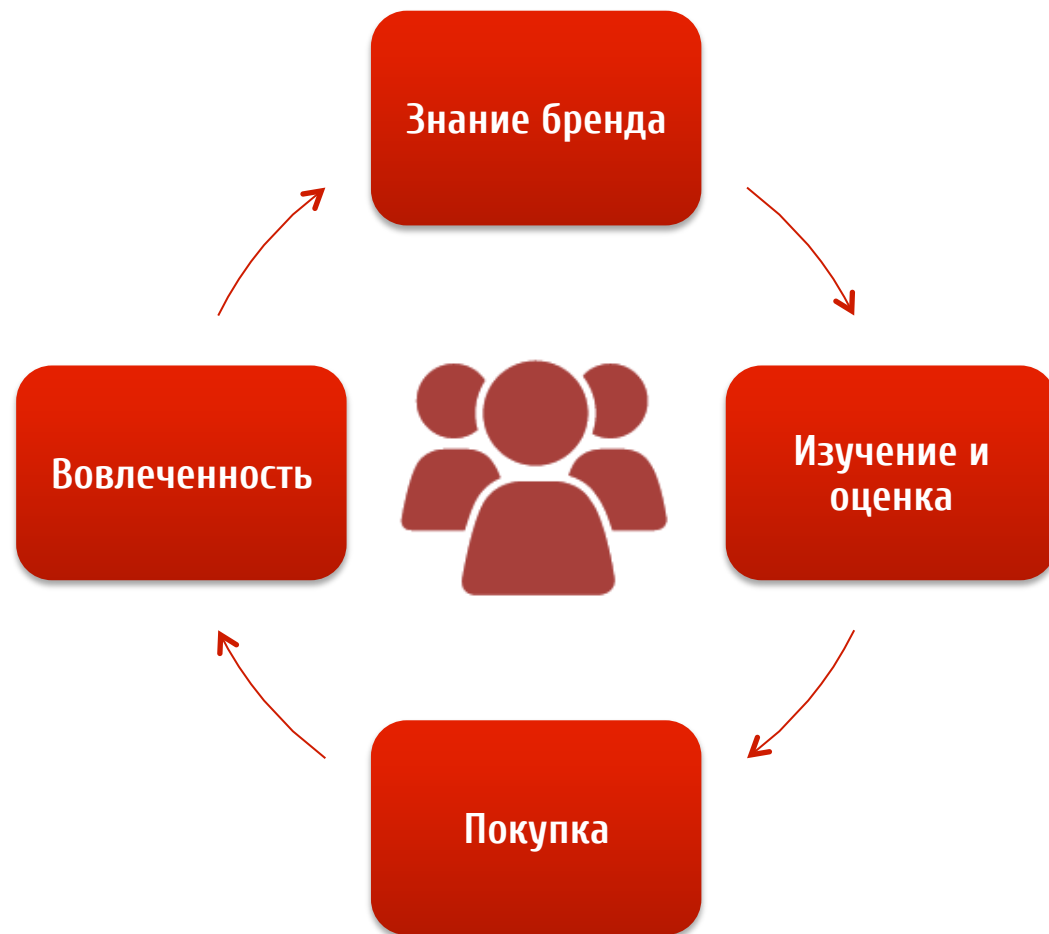
# Эффективность social media

На 4 этапах пути потребителя

Интернет изменил поведение потребителя. Традиционную воронку сменил цикл потребления

Стадии:

- 1) Знание бренда, его продуктов и услуг
- 2) Изучение и оценка
- 3) Покупка
- 4) Вовлеченность





# Кого исследовали?

Forrester исследовал пользователей интернет, подписанных хотя бы на 1 бренд в social media, это порядка 30% аудитории Интернет по данным Wave 6

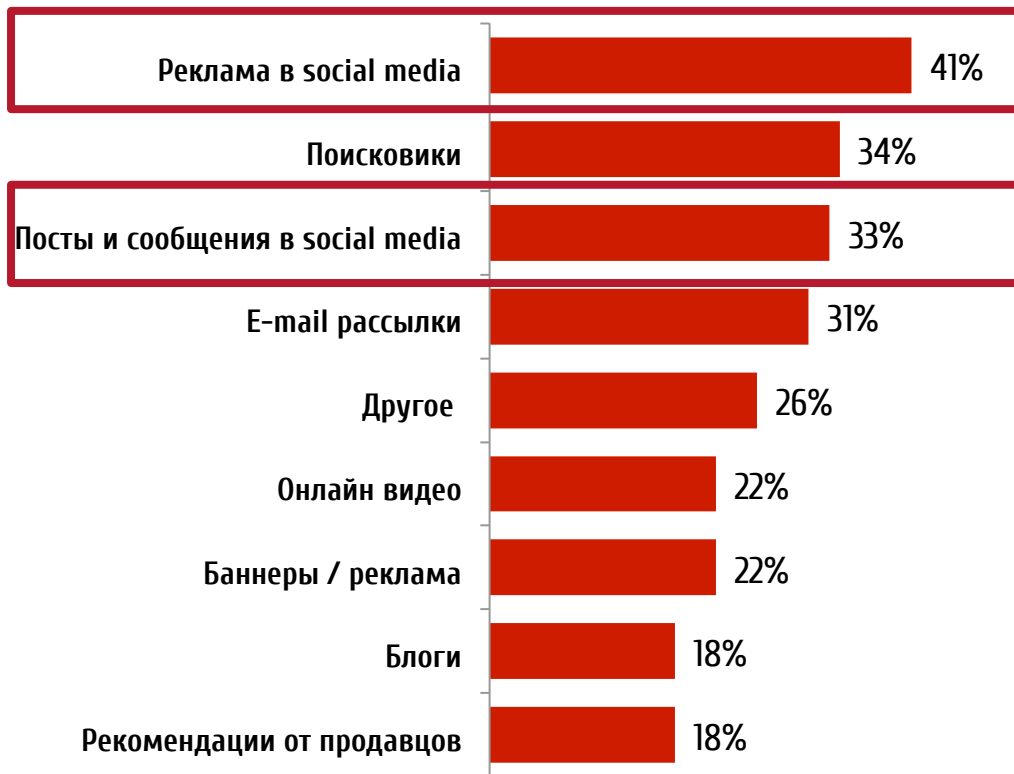


# Social media – драйвер знания новых продуктов, товаров и услуг

Social media – важный  
драйвер роста знания новых  
брендов, продуктов и услуг.

При том, что ТВ и промо в местах  
продаж по-прежнему являются  
ключевыми драйверами знания  
товаров и услуг, роль social media в  
формировании знания растет

## Как Вы узнаете о новых товарах и услугах?



# Social media играют важную роль в принятии решения о покупке

Социальные сети, форумы и сайты отзывов играют важную роль на стадии исследования и оценки

Более 1/3 пользователей используют social media на стадии изучения и оценки для принятия решения о покупке товаров и услуг

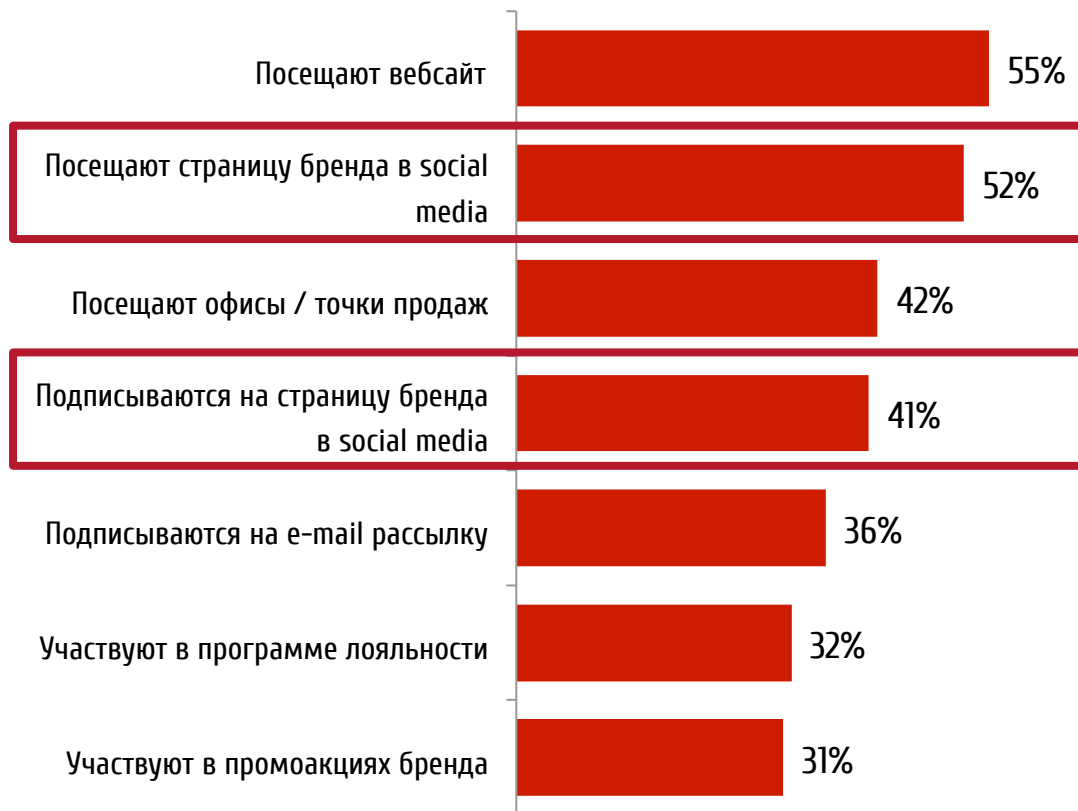
## Что Вы используете для оценки товаров и услуг при их выборе?



# Social media важнейший канал для работы с вовлеченностью потребителей

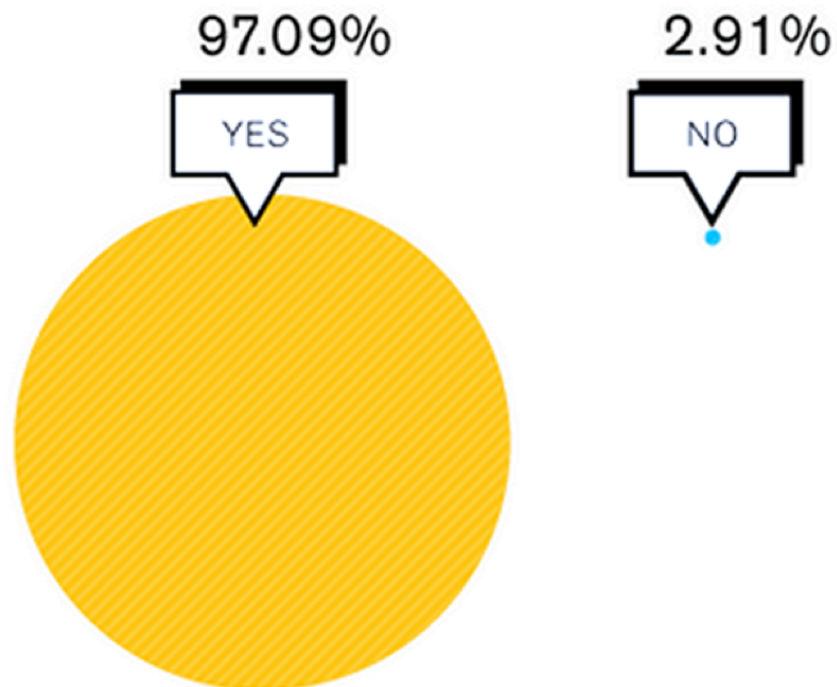
Более 1/3 пользователей, подписанных на бренды в social media говорят, что основной причиной, является интерес к бренду, а 4 из 10, что они посещают страницы брендов в social media, чтобы узнать о новых продуктах и услугах компании

## Как Вы поддерживаете связь с брендом?



# Людям важно, как общается с ними бренд

97% говорят, что опыт общения с брендом в social media повлиял на их решение о покупке

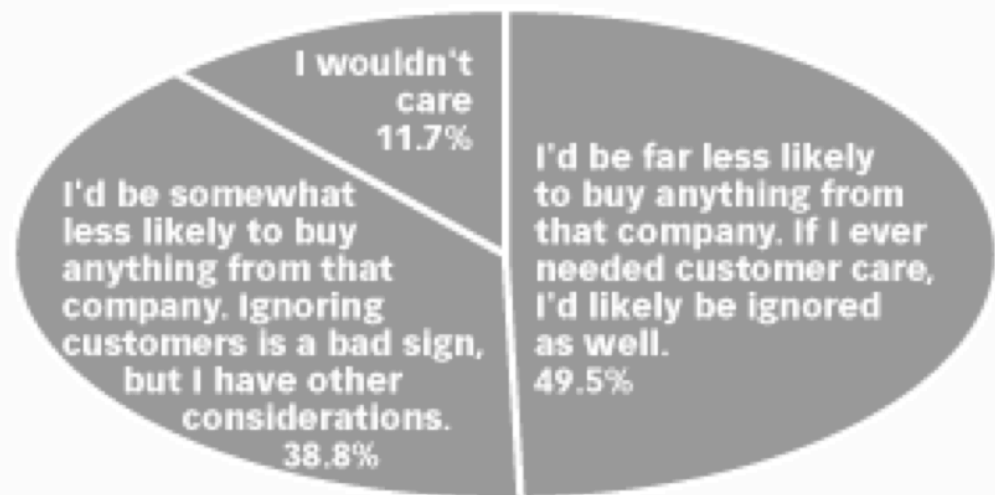


# Они не покупают, когда их игнорируют

88% менее склонны  
покупать товары и услуги,  
если компания не  
отвечает потребителям в  
соц. сетях

## US Social Media Users' Attitude Toward a Company with Unanswered Questions/Complaints on Their Social Media Page, Nov 2011

% of respondents

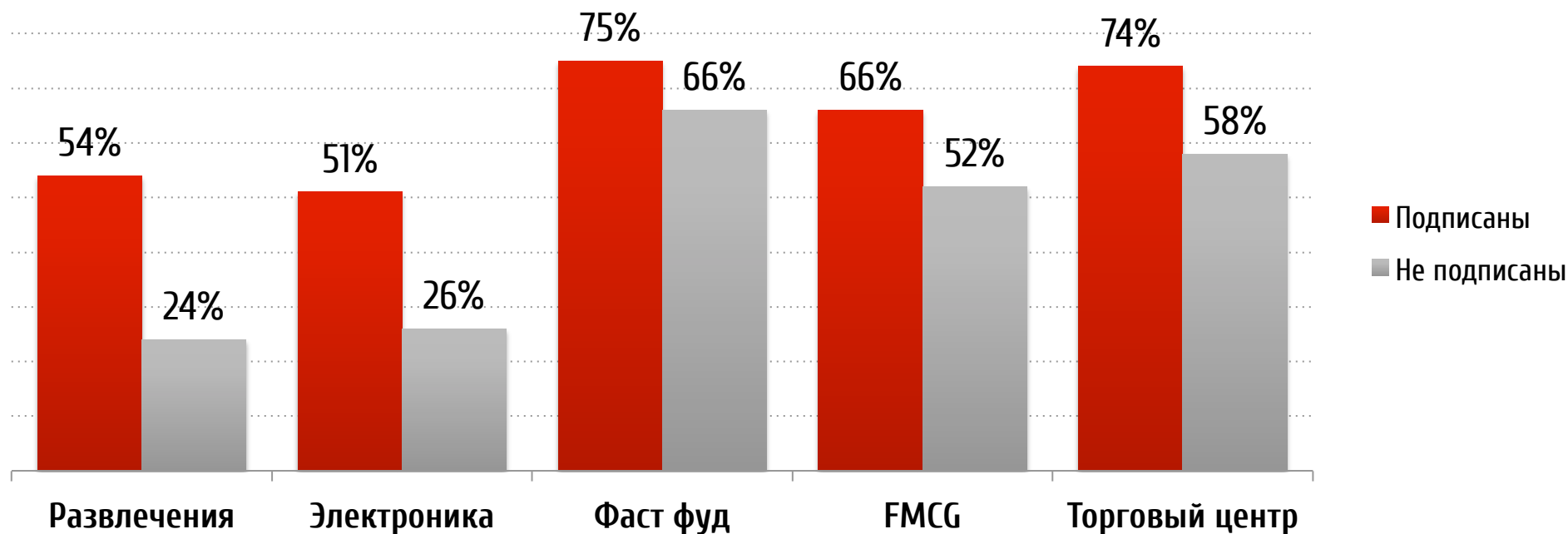


Source: Conversocial, "The Consequences of Ignoring Your Customers," Dec 29, 2011

# Подписчики более склонны покупать снова

Вероятность повторного приобретения товаров и услуг в течение 12 месяцев у подписчиков бренда в social media выше

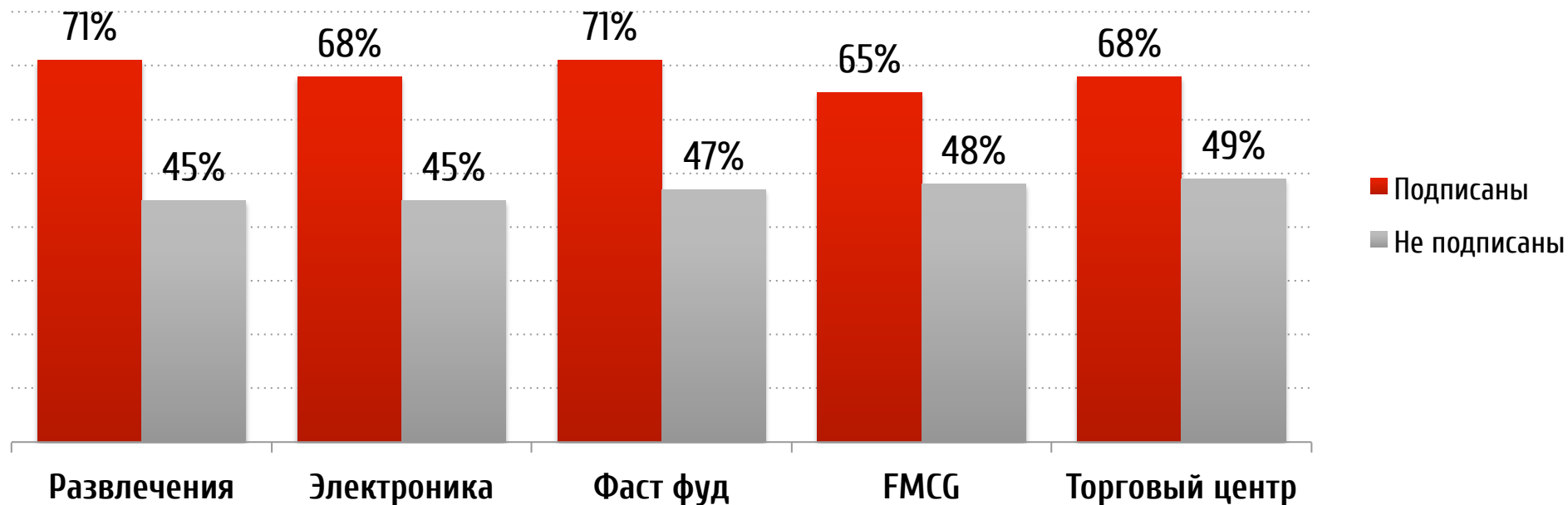
## Повторная покупка в течение 12 месяцев



# Подписчики выделяют бренд в категории

Подписчики бренда в social media более склонны отдать ему предпочтение относительно схожих брендов

Предпочтут другим схожим брендам





**People who engage brands in social media are significantly more likely to buy from and recommend those brands.**

Forrester Study for Wildfire, Sept 2013

**Работу в social media  
можно считать эффективной,  
если**

**Целевая аудитория в сообществах бренда  
поддерживает высокий уровень активности, имеет  
интерес к товарам или услугам бренда и совершает  
целевые действия**

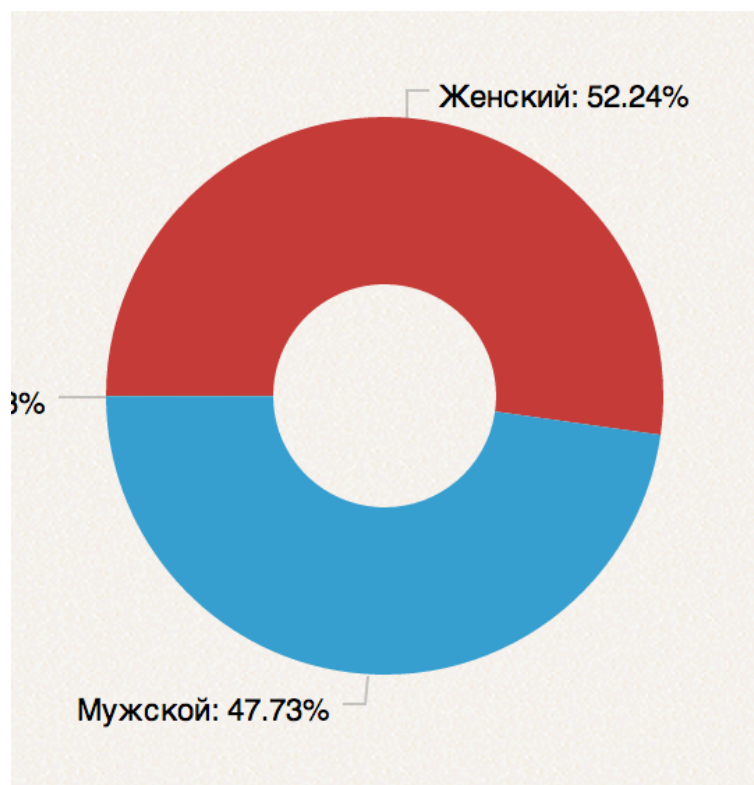
# Инновации в банкинге?

Как можно объяснить тот факт что, из 178 500 подписчиков УБРИР ВКонтакте 44% не могут быть клиентами этого банка в принципе?

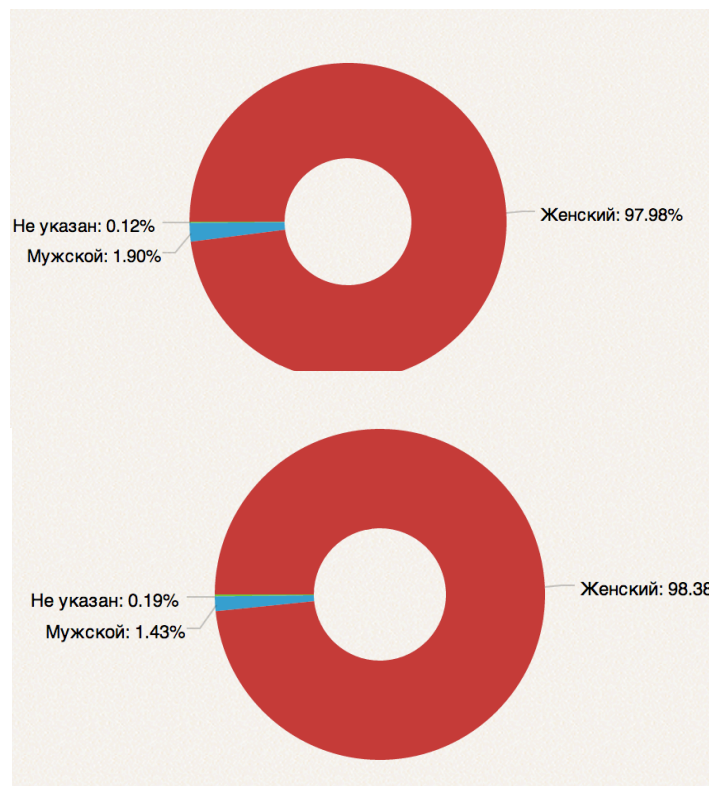
The screenshot shows a VKontakte group page for UBRIR. At the top left, there is a large red and blue graphic that reads "от 12% годовых" (from 12% annually). Below this, there is a link "Ссылка bit.ly" dated "12 сен в 13:13" with 21 likes. A button "Перейти к записи" is visible. The main content area features a list of members. A red box highlights a notification: "В этой группе найдено 98 474 человека" (98,474 people found in this group). Below this, three members are listed: Максим Метнес (Tomsk), Даня Мамин (Saint-Petersburg, 19 years old, online), and Елена Филонс. A second red box highlights the "Участники" (Members) section, which shows "178 524 человека". On the right side, there is a filter sidebar with sections for "Регион" (Russia), "Выбор города", "Школа", "Университет", and "Возраст" (from 18 to Do).

# Heinz и отцы-одиночки

У Heinz практически 50% подписчиков мужчин, причем и портрет ЦА и отраслевой бенчмаркинг указывают на то, что должно быть не менее 90% женщин



Heinz



Тема

Nestle

# 10% целевой аудитории в сообществе или новая трактовка принципа 80/20

В сообществе энергетика Tornado Energy 588 000 человек, из них только 10% целевая для категории аудитория.

196 350 – 18+ РФ, а при том, что по данным ROMIR Monitoring в возрасте 18-24 пьют энергетика только 2-3%, ЦА 24+, 60 000 или 10%

Официальное сообщество ✓

### TORNADO ENERGY. Раскачай реальность!

Описание: Привет, дружище! Если ты здесь, значит пора зарядить мозги позитивом. Сообщество Tornado Energy обрушит на тебя ураган самых фановых и драйвовых идей и фишек с просторов интернета. Здесь только тот, кто в теме и тот, кто может сделать своё. Прояви себя и ты. Сделай же это во имя лулзов! А энергию для стеба даст тебе напиток Tornado Energy.

Веб-сайт: <http://tornado-energy.ru/>

Местоположение: Москва

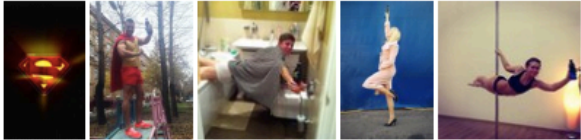
Нажми, чтобы открыть ▼МЕНЮ▼

#### Фотографии


альбомы

В основном альбоме 16 фотографий

Добавить



1383 записи




Вступить в группу

Это открытая группа.

#### Участники

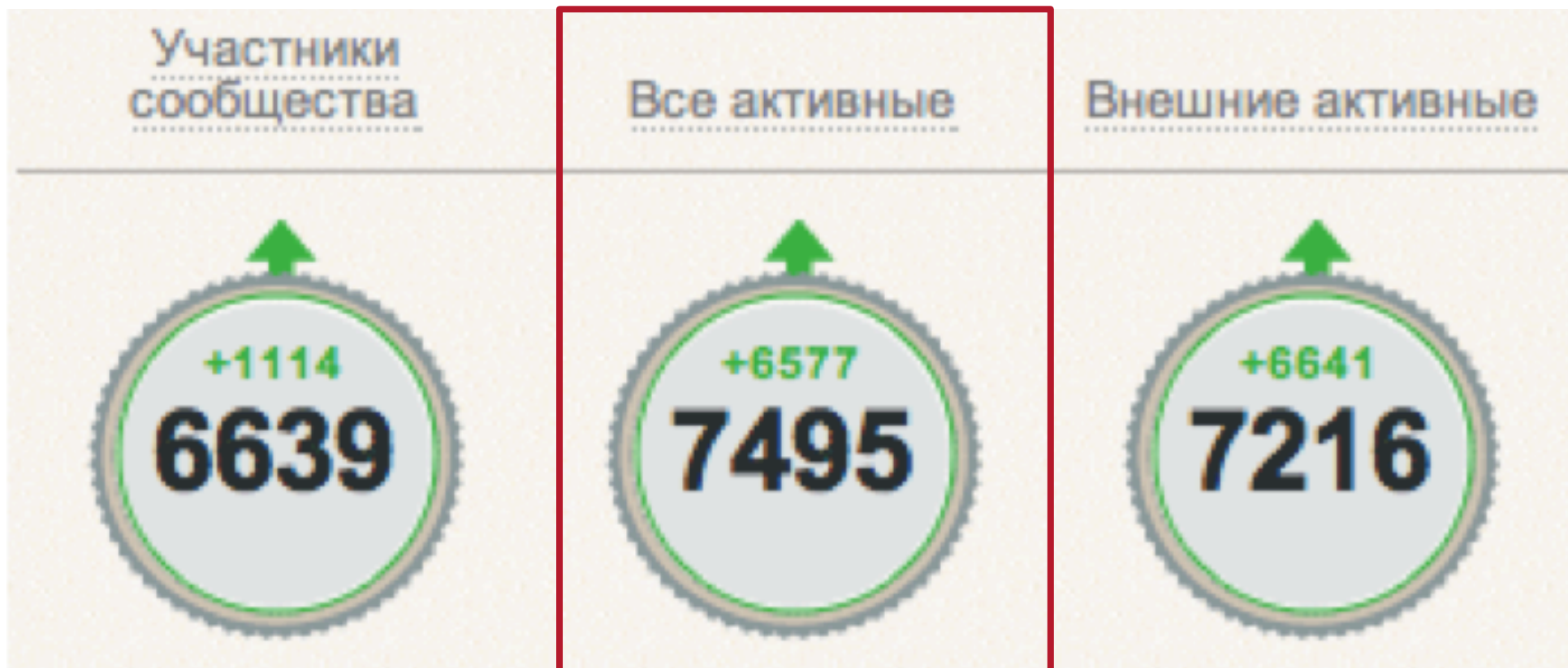
588 308 человек



Станислав Евгений Андрей

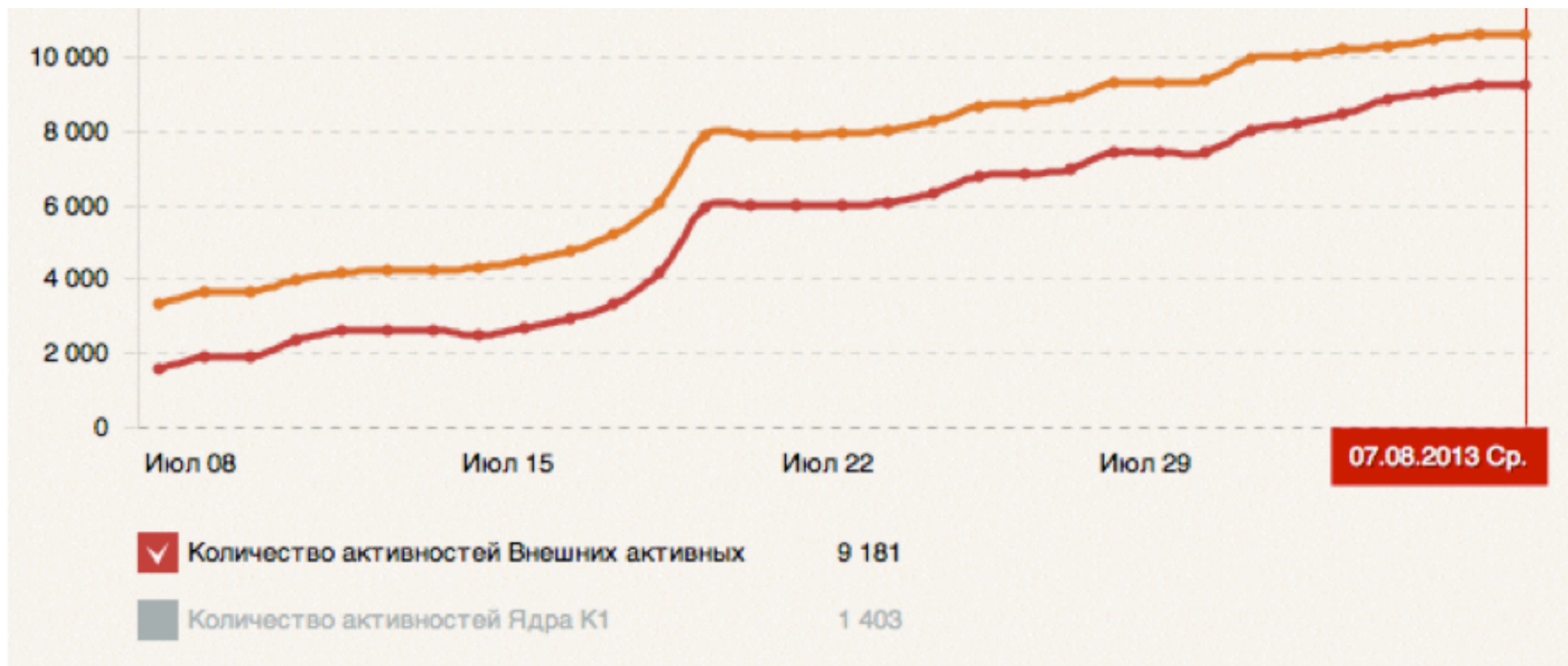
# Вовлеченность 112%

В сообществе BOSCH ВКонтакте 6600 участников, 7495 активных. Вовлеченность выше 100%. Прекрасный результат?



# 90% активностей – не от подписчиков

Более 90% всех лайков, репостов, комментариев сообщества BOSCH ВКонтакте оставили внешние пользователи. Они совершили 9 181 из 10 584 реакций



# Посмотрим на Facebook

714 действий на 10 869 участников. Активность 6,5%



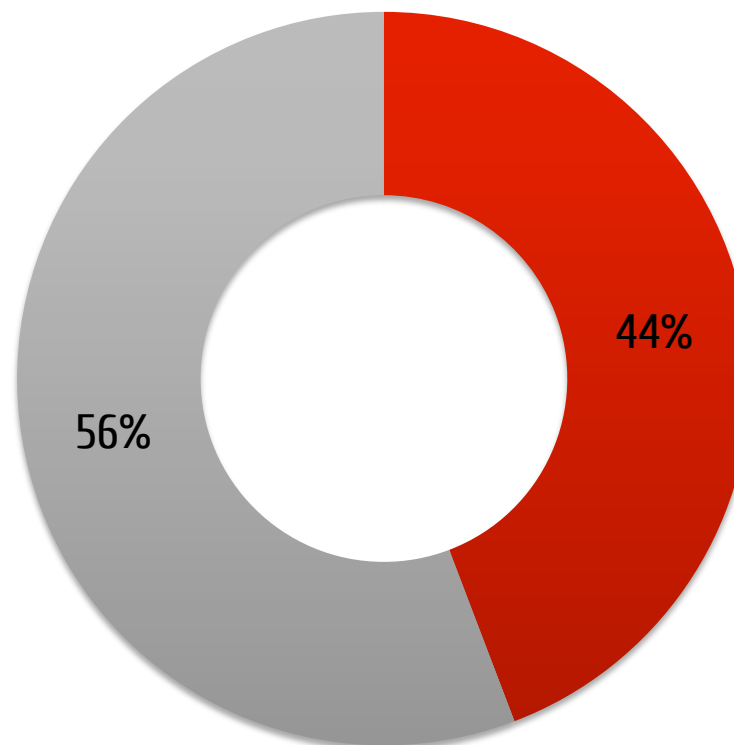


# 44% лайков поставило агентство

Не так успешно, как кажется?

При том, что количественные показатели активности и вовлеченности на приемлемом уровне, качественные оставляют желать лучшего

## Кто совершал действия



■ Агентство ■ Остальные

# Например, Наталья ... 5% действий

Наталья Тюрина

+1 Добавить в друзья Сообщение \* ▾

Хроника Информация Фотографии 5 Друзья общие: 2 Еще ▾

Вы знаете Наталью?

22		<b>Наталья Тюрина</b>	0	35	<u>4</u>	0	39	Друзья
----	--	-----------------------	---	----	----------	---	----	--------

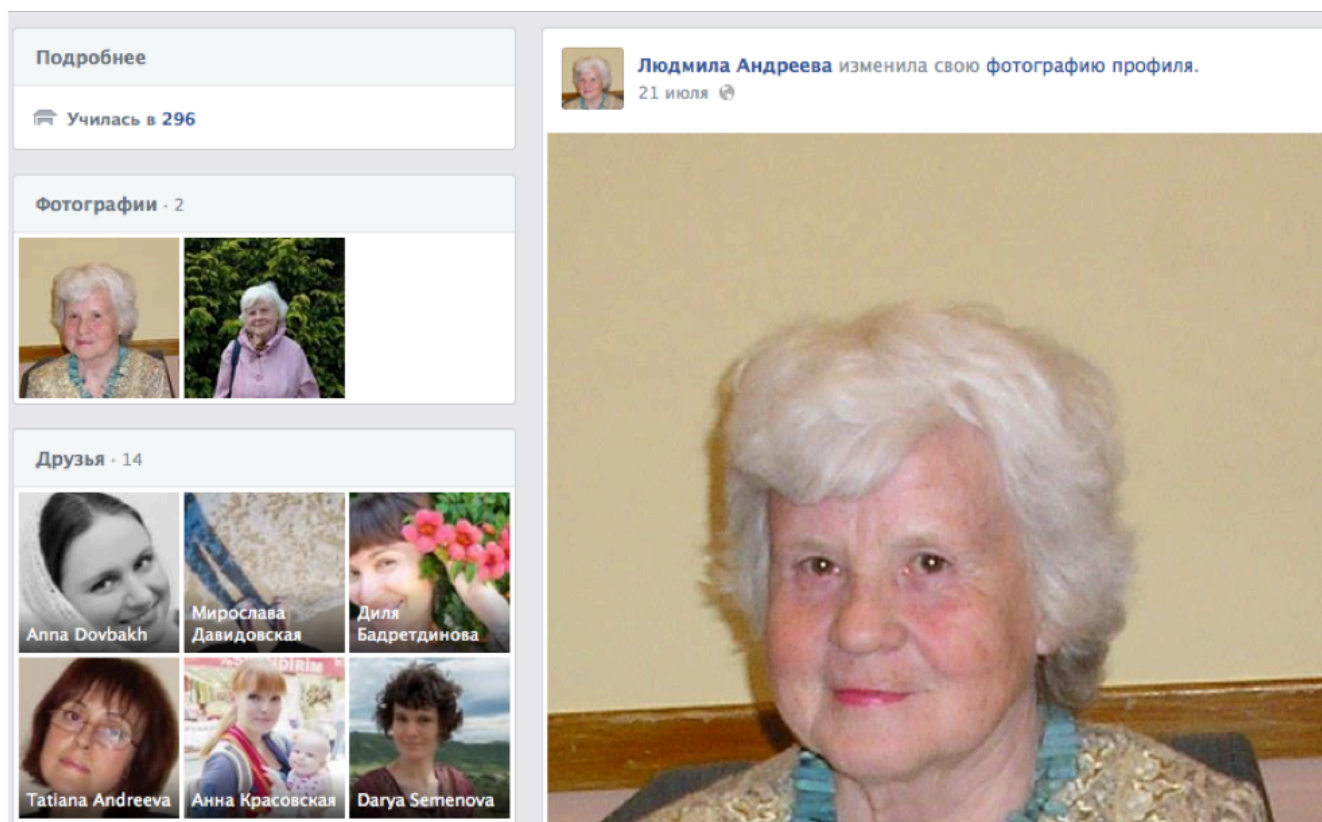
Подробнее

Работал(-а) в Neoromashka

Наталья Тюрина изменила свою фотографию профиля.  
20 ноября 🌐

# Часть остальных - боты

Например, Людмилы Андреевна не очень активна в соц. сетях, у нее пустой профиль в Facebook и всего 14 друзей, что не помешало ей оставить 127 лайков к публикациям BOSCH



# Одинаковые комментарии

## Дублирование в соц. сетях

Александр Анатольевич заходил сегодня в 2:43



**Александр Анатольевич** ОИВД '98

День рождения: 17 июня 1976 г.  
Скрыть подробную информацию

**Контактная информация**

Город: Одесса

**Образование**

ВУЗ: ОИВД '98  
Факультет: Транспортной милиции

Школа: № 69 '93  
Одесса (а)

Отправить сообщение

Добавить в друзья



**Aleksandr Anatolevich** Add Friend Message

Worked at Юридическая компания  
Studied at Юридический институт  
Lives in Kyiv, Ukraine  
Male

About Friends 158 Photos Map Likes 19



Ссылка [www.aquanika.com](http://www.aquanika.com)

4 окт в 12:29

Мне нравится  16



**Александр Анатольевич**


Диплом, который свидетельствует о качестве этой воды.

5 окт в 16:34



Like · Comment · Share

 1

 7 people like this.



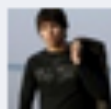
**Aleksandr Anatolevich** Диплом, который свидетельствует о качестве этой воды.

See Translation

October 5 at 4:28pm · Like

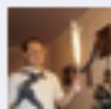
# Лексико-семантический анализ

 14 пользователям это нравится



**Иван Курочкин** Пользуюсь питьевой водой уже больше месяца, мне нравится. Все время беру на тренировки, она очень хорошо утоляет жажду.

26 октября в 16:13 · Мне нравится




**Владимир Дорошенко** Очень чистая и вкусная вода. Пьешь ее и напиться не можешь. Качество просто отменное. Я рекомендую эту воду к ежедневному употреблению от всей души!



26 октября в 16:19 · Отредактировано · Мне нравится




**Татьяна Белых** Вода на удивление очень вкусная, с нежным вкусом и нейтральным запахом. Мне понравилась!

26 октября в 16:24 · Отредактировано · Мне нравится ·  1



**Виктор Наумов** Вода очень вкусная, обладает мягким вкусом и не имеет запаха, который во многих случаях остается после пластиковых бутылок.

26 октября в 16:52 · Мне нравится ·  1

**Обратите внимание  
на social media**

**Обратите внимание  
на social media  
начните сегодня**

**Остались вопросы?**

**Всегда рады ответить**

**Варвара Мязотс**

Social media Leader

@ «Люди говорят»

[facebook.com/varvara.maeots](https://facebook.com/varvara.maeots)

+7 (985) 220 3211

