

НУЖНЫ ЛИ БИЗНЕСУ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?



ЗАЧЕМ?



**МИХАЙЛОВ
И ПАРТНЕРЫ**
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ



ЧЕМ ПОМОГАЕТ?

SOCIAL NETWORKS

РЕКЛАМА

PR



ЧЕМ ПОМОГАЕТ?



КАК ЗАСТАВИТЬ РАБОТАТЬ?

SOCIAL NETWORKS



КОНТЕНТ

Cwr+Design



ПРОДВИЖЕНИЕ

Таргетинг



КАК ИЗМЕРИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ?

ОХВАТ

- Общий
- По публикациям

ПОДПИСЧИКИ

- Как привлечь?
- Как удержать?
- Качественные подписчики – какие они?

ПЕРЕХОДЫ

- Инструменты социальных сетей
- Google Analytics
- Яндекс.Метрика

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ

- Engagement Rate – как, зачем и за что?





ЧТО ТАКОЕ ER?

Engagement rate поста или сообщества – это коэффициент, демонстрирующий отношение социальных интеракций к базе сообщества.

Формула – ниже


Нужность – в следующем слайде

Средний ER страницы за день, например =


$$= \frac{\text{(лайки+комментарии+репосты)}}{\text{(количество подписчиков сообщества)}} * 100$$

О ЧЁМ СКАЖЕТ КЛИЕНТУ ИНДЕКС ВОВЛЕЧЕННОСТИ?


На самом деле, ни о чём.
Комментарии к двум разным постам с одинаковым ER – ниже:

 Katya Shevchenko
DER GRUPPE ATACK DIVISION LEIBSTANDARTE 𐀀NAGIBARORS𐀀 SS WAFFEN
𐀀!!!!!!11111111ODMINE MAMU V ROT EBAL!!!!!!11111111ACHTUNG ACHTUNG!!!!!!11VROT
EBACHTUNG!!!!!!11111111 𐀀OTSOSAYTUNG𐀀!!!!!!11111111PRIVET OT NAGIBATORA!!!!!!11 𐀀VAS V
ROTAN EBAL𐀀ADOLF GITLER𐀀NAGIBATORS CORPORATION𐀀!!!!!!1111111111 𐀀ADMIN
SASAY LALKA𐀀SLAVA NAGIBATORU𐀀!!!!!!1111111111VASHIH MAM V POP4ANSKIY EBALI 1000
ASHGAR𐀀!!!!!!11111111DER GRUPPE ATACK DIVISION LEIBSTANDARTE 𐀀NAGIBARORS𐀀 SS
WAFFEN 𐀀!!!!!!11111111ODMINE MAMU V ROT EBAL!!!!!!11111111ACHTUNG ACHTUNG!!!!!!11VROT
EBACHTUNG!!!!!!11111111 𐀀OTSOSAYTUNG𐀀!!!!!!11111111PRIVET OT NAGIBATORA!!!!!!11 𐀀VAS V
ROTAN EBAL𐀀ADOLF GITLER𐀀NAGIBATORS CORPORATION𐀀!!!!!!1111111111 𐀀ADMIN
SASAY LALKA𐀀SLAVA NAGIBATORU𐀀!!!!!!1111111111VASHIH MAM V POP4ANSKIY EBALI 1000
ASHGAR𐀀!!!!!!11111111DER GRUPPE ATACK DIVISION LEIBSTANDARTE 𐀀NAGIBARORS𐀀 SS
WAFFEN 𐀀!!!!!!11111111ODMINE MAMU V ROT EBAL!!!!!!11111111ACHTUNG ACHTUNG!!!!!!11VROT
EBACHTUNG!!!!!!11111111 𐀀OTSOSAYTUNG𐀀!!!!!!11111111PRIVET OT NAGIBATORA!!!!!!11 𐀀VAS V
ROTAN EBAL𐀀ADOLF GIT


yesterday at 4:13 pm | Reply

 Sasha Nikolaevich
DER GRUPPE ATACK DIVISION LEIBSTANDARTE 𐀀NAGIBARORS𐀀 SS WAFFEN
𐀀!!!!!!11111111ODMINE MAMU V ROT EBAL!!!!!!11111111ACHTUNG ACHTUNG!!!!!!11VROT
EBACHTUNG!!!!!!11111111 𐀀OTSOSAYTUNG𐀀!!!!!!11111111PRIVET OT NAGIBATORA!!!!!!11 𐀀VAS V
ROTAN EBAL𐀀ADOLF GITLER𐀀NAGIBATORS CORPORATION𐀀!!!!!!1111111111 𐀀ADMIN
SASAY LALKA𐀀SLAVA NAGIBATORU𐀀!!!!!!1111111111VASHIH MAM V POP4ANSKIY EBALI 1000
ASHGAR𐀀!!!!!!11111111DER GRUPPE ATACK DIVISION LEIBSTANDARTE 𐀀NAGIBARORS𐀀 SS
WAFFEN 𐀀!!!!!!11111111ODMINE MAMU V ROT EBAL!!!!!!11111111ACHTUNG ACHTUNG!!!!!!11VROT
EBACHTUNG!!!!!!11111111 𐀀OTSOSAYTUNG𐀀!!!!!!11111111PRIVET OT NAGIBATORA!!!!!!11 𐀀VAS V
ROTAN EBAL𐀀ADOLF GITLER𐀀NAGIBATORS CORPORATION𐀀!!!!!!1111111111 𐀀ADMIN
SASAY LALKA𐀀SLAVA NAGIBATORU𐀀!!!!!!1111111111VASHIH MAM V POP4ANSKIY EBALI 1000
ASHGAR𐀀!!!!!!11111111DER GRUPPE ATACK DIVISION LEIBSTANDARTE 𐀀NAGIBARORS𐀀 SS
WAFFEN 𐀀!!!!!!11111111ODMINE MAMU V ROT EBAL!!!!!!11111111ACHTUNG ACHTUNG!!!!!!11VROT
EBACHTUNG!!!!!!11111111 𐀀OTSOSAYTUNG𐀀!!!!!!11111111PRIVET OT NAGIBATORA!!!!!!11 𐀀VAS V
ROTAN EBAL𐀀ADOLF GIT


yesterday at 4:13 pm | Reply

 Sergey Grinchenko
сделай сука группу закрытой


yesterday at 8:21 pm | Reply

 Artem Zaharov
я 4-ого терминатора вспомнил


today at 2:05 am | Reply 1

 Kolya Losev
а я Мэд Макса


today at 2:11 am | Reply 5

 Sergey Krushatin
Фоллаут тоже рядом)


today at 2:14 am | Reply 6

 Roma Shestakoff
Это божественно


today at 2:16 am | Reply 1

 Roma Shestakoff
Как на металл не растащили?

today at 2:17 am | Reply

 Viktor Zibarev
Кинематографичный пейзаж... снимают все в Москве и столько крутых локаций в стране
простаивает 😊

Эта местность вполне себе достойный аналог так часто используемой в кино дороги в
Бергс)



today at 2:17 am | Reply 2



ВОВЛЕЧЕННЫЕ ПОДПИСЧИКИ

РЕЛЕВАНТНОСТЬ

- Инсайт
- Анализ площадок:
TNS, Brand Analytics

ТАРГЕТИНГ

- Выбор социальной сети
- Бюджет
- Нужный охват
- Критерии



**ПОДПИСЧИКИ,
КОТОРЫМ
ЭТО НУЖНО**



КАК ВЫБРАТЬ СОЦИАЛЬНУЮ СЕТЬ?

Кто ваша аудитория?

Что вы хотите от SM?

- Продажи и интернет-магазин
- Повышение конверсии на сайт
- Инфо-площадка
- Имиджевая «витрина» бренда

Где есть представительства ваших конкурентов?

Какой у вас контент?

- Много текста
- Много визуала

Зачем вам представительства сразу в нескольких соц.сетях?

- Пересечение аудиторий





FACEBOOK



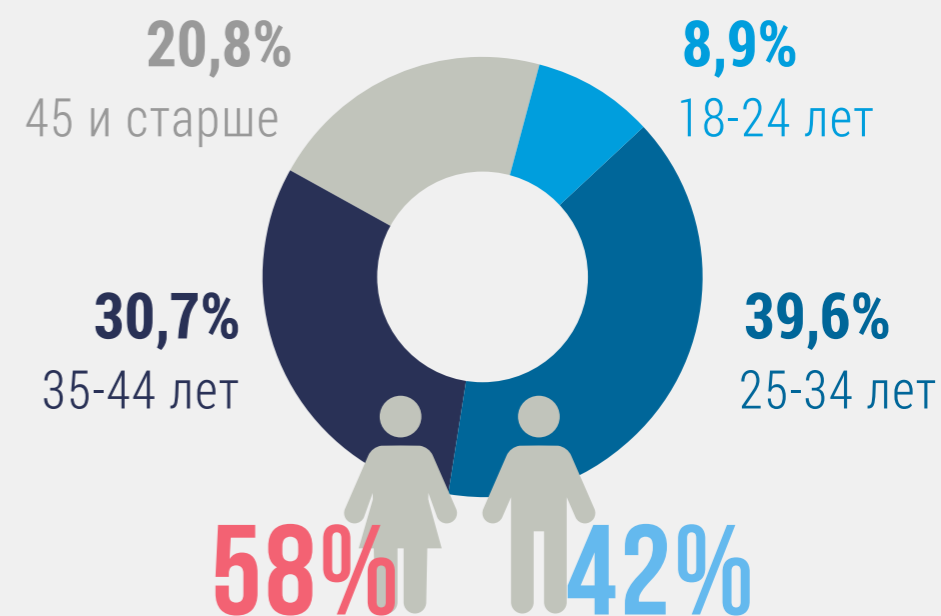
1 661 500*

авторов**

Из них: около

900 000

из Москвы и Санкт-Петербурга



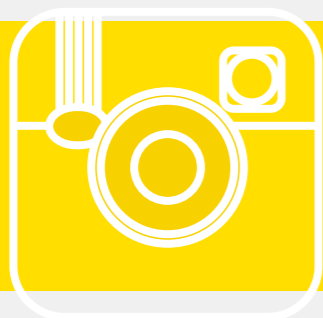
- Преимущественно иностранная аудитория
- Низкая вовлеченность в сообщества. Высокое внимание пользователей к креативу
- Имиджевые комьюнити
- Особое внимание – на визуальный контент
- Большое количество дополнительных возможностей
- Строгая модерация контента



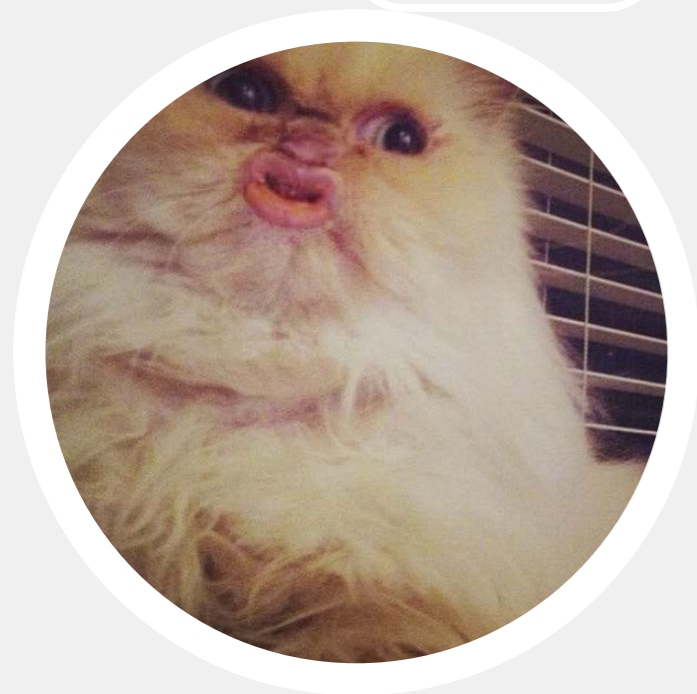
**МИХАЙЛОВ
И ПАРТНЕРЫ**
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ

*Данные Brand Analytics за февраль. Здесь и далее ВА

**Авторы – активные пользователи, оставившие как минимум 1 публичное сообщение за месяц в данной социальной сети.



INSTAGRAM



9 486 361

авторов*

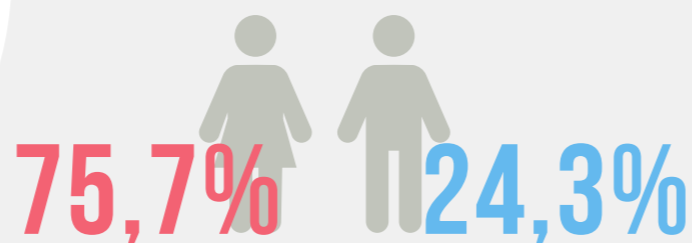
Из них:

2 200 000

из Москвы

645 000

из Санкт-Петербурга



645 000

Московская область

Данные о возрасте пользователей данной социальной сети отсутствуют

- Социальная сеть холдинга Facebook для публичного обмена визуальным контентом
- Вся переписка – публичная, нет привычки общаться в «личке» – наибольшие показатели ER
- Оптимален для премиальных продуктов, fashion/beauty, сферы туризма
- Функции «витрины» бренда с лидом «купить». Требуется адаптивная мобильная верстка сайта бренда с интернет-магазином
- Наиболее «женская» социальная сеть
- Большое количество блогеров («лидеров мнений»)
- Большая часть – Москва и Санкт-Петербург, при этом широкое распространение в регионах
- Строгая модерация контента
- Широкие PR-возможности: анонсирование мероприятий и информирование





ОДНОКЛАССНИКИ

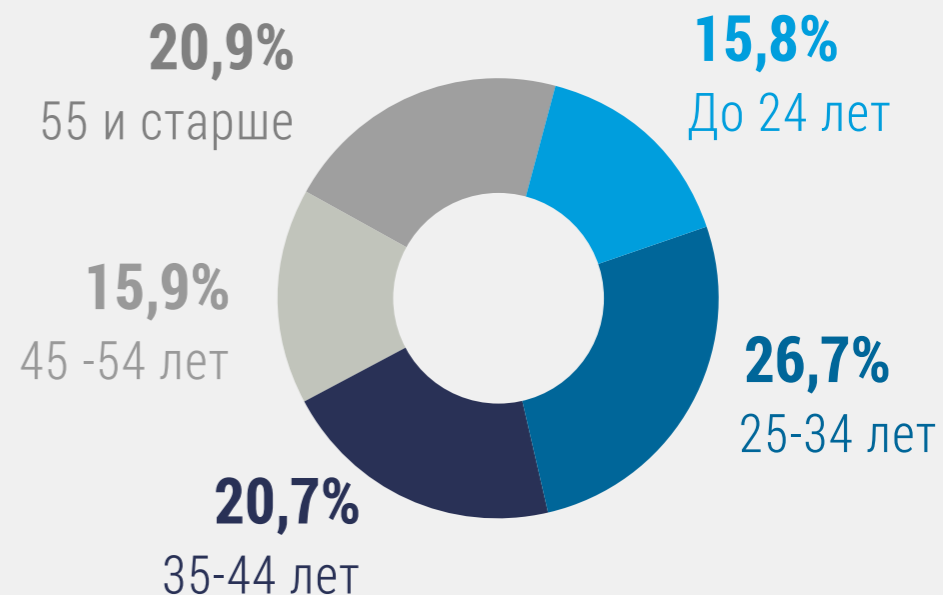


32,2 МЛН

посетителей в месяц*

1 120 000

авторов**



- Аудитория максимально сосредоточена в регионах
- Межличностное общение
- Широкий рекламный функционал, в том числе и для видеорекламы
- Большое количество платных функций
- Функция «Горячей линии»



**МИХАЙЛОВ
И ПАРТНЕРЫ**
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ

*Данные о количестве посетителей - из исследований TNS за апрель

**Данные о количестве, поле и возрасте авторов - из исследований ВА за декабрь



В КОНТАКТЕ

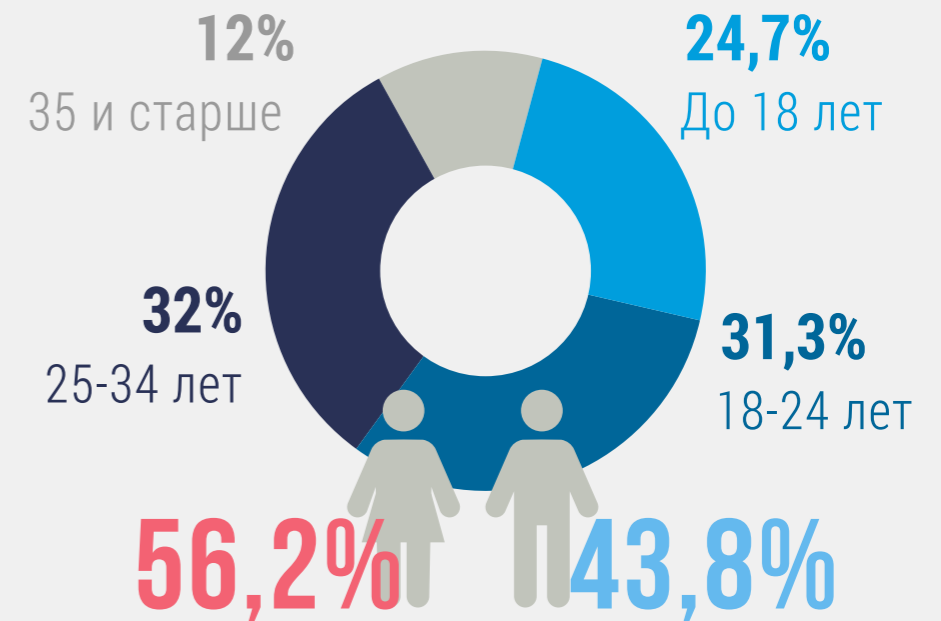


48,1 МЛН

посетителей в месяц *

19 237 200

авторов**



- Самая охватная социальная сеть Рунета
- Преимущественно молодая активная аудитория
- Высокая активность пользователей в сообществах
- Широкие PR-возможности: анонсирование мероприятий и информирование, а также функция «Горячей линии» и онлайн-витрины
- Требуется активная модерация сообществ



**МИХАЙЛОВ
И ПАРТНЕРЫ**
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ

*Данные о количестве посетителей - из исследований TNS за апрель

**Данные о количестве, поле и возрасте авторов - из исследований ВА за февраль

КАК ПРИВЛЕЧЬ?

ПРИВЛЕЧЕНИЕ

ПЛАТНО

Промо

Таргетируйте с душой!

Репосты и платные публикации

Заказывайте репост самого лучшего. Тщательно подбирай группы и блогеров!

ТГБ

Внимательней к креативам!
Соблюдайте технические требования для каждой сети.

БЕСПЛАТНО

Рассылка в ЛС

Опасность сойти за спамера!
Всегда отвечайте, чтобы не забанили как бота.

Дружеские репосты

Главный минус: небольшие количественные результаты – наименьший охват.

Не-спамерские посты

Группа-партнёр или позитивно настроенный блогер или популярный пользователь – ищите их!

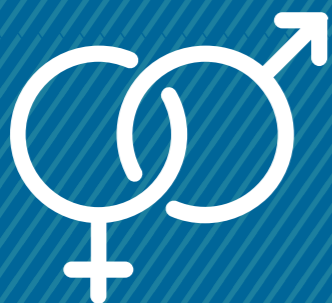
Релевантные группы с открытой стеной. Важно! Лояльное отношение пользователей и администрации к таким постам.



ТАРГЕТИНГ

От английского “target” – «цель». Рекламу должна увидеть именно та аудитория, которой она действительно интересна.

Критерии:



Пол



Возраст



Гео



Интересы
(тэги в анкетах и
тематические группы)



Образование



а также
многое другое



ЧТО ЕЩЁ УМЕЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?

БРЕНДИРОВАННЫЕ
СТИКЕРЫ И ПОДАРКИ

КНОПКА
«КУПИТЬ»

ЛИДЫ С ФОРМОЙ
ЗАПОЛНЕНИЯ

«ГОРЯЧАЯ
ЛИНИЯ»

ВИКИ-
ПОСТЫ

ФОКУС-
ГРУППЫ



ИТАК...



**МИХАЙЛОВ
И ПАРТНЕРЫ**
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ
КОММУНИКАЦИИ