

Как достучаться до живой  
целевой аудитории в соцсетях  
в условиях роста армии  
фейков и ботов

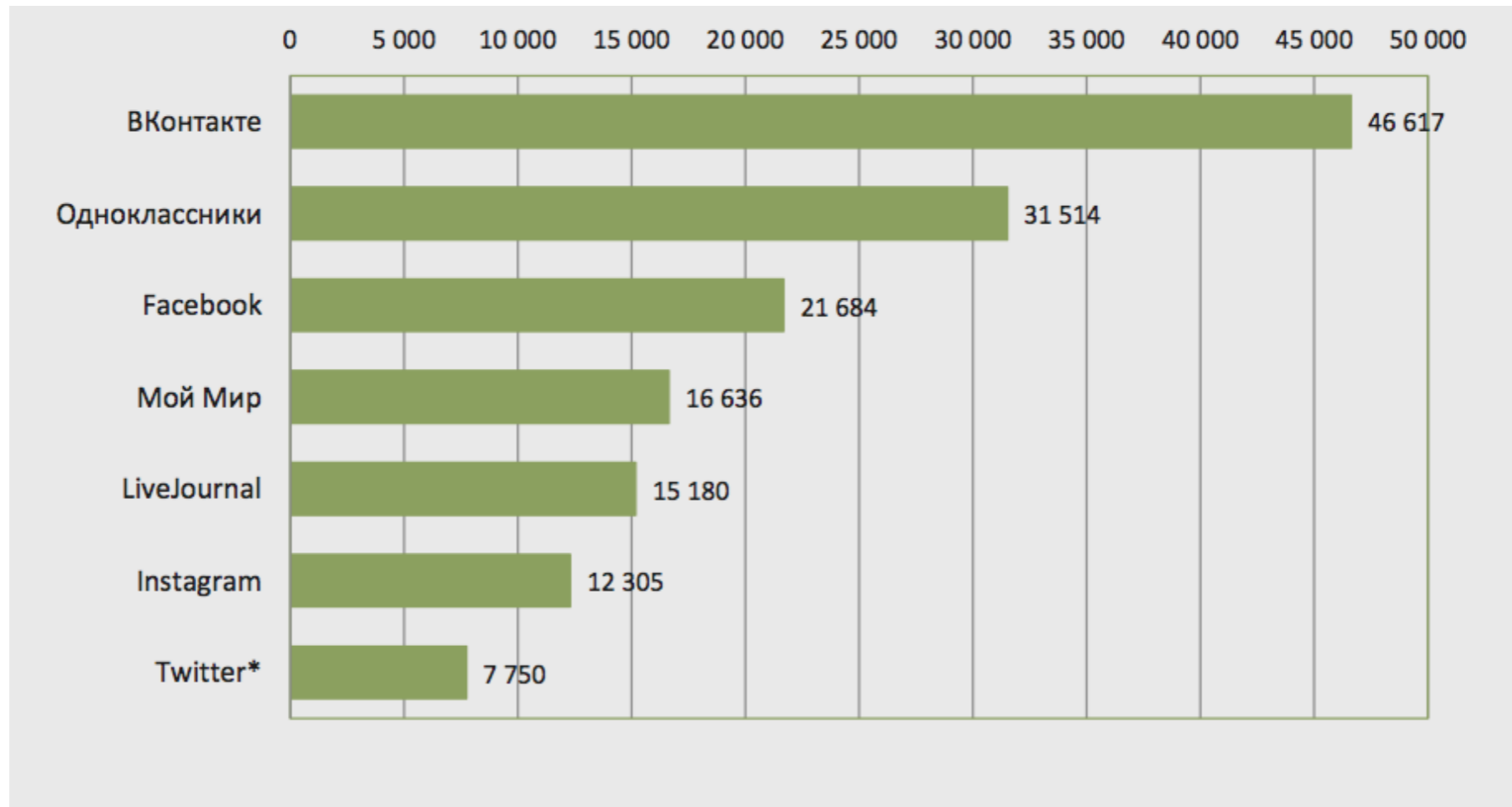


АКАДЕМИЯ  
ИНТЕРНЕТ-РЕЗЕРВА  
**ВИРТА**

ТЕ, КТО НУЖЕН!



# Аудитория социальных сетей в России



\* TNS Web Index, ноябрь 2015 г.

Данные по Twitter экстраполированы, исходя из аудитории за день и неделю, а также частоты посещения в месяц



# Как отличить живого пользователя от фейка: экспресс-тестирование



# пример 1. Кто тут фейк?

**Виктория Вирта**

Хроника    Информаци

Топ-Эксперт в Институт Развития Интернета и Предпринимательство в Funaction  
В прошлом: ОАО «МТТ» и ivi.ru

Изучает Социальное предпринимательство в Московский городской психолого-педагогический университет (МГППУ)  
Дата начала: 2015 г.

Живет в Москва

В браке с Юрием Карпфишером

Из Москва

Родился(-ась) 10 мая 1981 г.

Подписчики: 4 348 человек

VS.

**Victoria Vita**

Хроника    Информаци

ВЫ ЗНАЕТЕ VICTORIA?

Чтобы посмотреть, чем она делится с друзьями, отправь

8 общих друзей

Также живет в Москва

Также из Москва

Director of MEC Access в MEC Russia  
В прошлом: Радио Maximum

Изучала Информационные системы в управлении в Государственный университет управления



## пример 2. Фейк или не фейк?

The screenshot shows a Facebook profile for 'Анна Анна'. The cover photo is a person from behind, wearing a white tank top and blue shorts, standing on a beach. The profile picture is a black and white close-up of a woman's face. The name 'Анна Анна' is displayed in the center. Below the name are buttons for 'Добавить в друзья', 'Сообщение', and a menu icon. The navigation tabs include 'Хроника', 'Информация', 'Друзья' (with 'общие: 2'), 'Фото', and 'Еще'. Below the profile is a section 'ВЫ ЗНАЕТЕ АННУ?' with a prompt to send a friend request and a green 'Добавить в друзья' button. To the left, there are details: 'Также живет в Москва', 'Также из Москва', 'В разводе', 'Родился(-ась) 26 января 1981 г.', and 'Теперь дружит с Сергеем Волсини и еще 10'. On the right, a post from 'Анна Анна' is visible, dated '19 октября в 10:09', featuring a video of three playing cards: the Queen of Spades, the King of Diamonds, and the Queen of Hearts.



# шаг 1. Проверяем информацию и фото



Связь между местом  
работы, местом  
рождения и местом  
жительства



Место работы  
и должность на предмет  
реальности



Фото с отметками  
и загруженные фото



## шаг 2. Проверяем посты и вовлечение



Соотношение репостов  
к уникальным постам



Кто комментирует,  
лайкает и делится



Рекламный характер  
постов: есть или нет



## шаг 3. Проверяем подписки и друзей



Количество отметок  
"Нравится" страниц  
и их тематика



Количество  
и "качество" друзей



Интересы, заметки  
и прочее





Живой ещё не значит целевой:  
как не дать себя запутать



# Как мы таргетируем на ЦА?



Возраст



Пол



География



Поведение  
(ретаргетинг)



Интересы



Язык



# Где и на что ловить живых целевых пользователей в Facebook

- 1 ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА максимально точно
- 2 РЕТАРГЕТИНГ С САЙТОВ, к которым у вас есть доступ
- 3 ПРОДВИЖЕНИЕ ПОСТОВ на 2 аудитории, включая целевую
- 4 УПОМИНАНИЯ В ЧУЖИХ ЛЕНТАХ с живой активной аудиторией
- 5 КОНТЕНТ, контент и ещё раз контент!





# Где и на что ловить ЖИВЫХ целевых пользователей в Instagram

- 1 РУЧНОЙ МАССФОЛЛОВИНГ и масслайкинг по подписчикам реальных людей
- 2 СПЕЦИАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ (масслайкинг по хештегам и пользователям)
- 3 ЛАЙКИНГ И КОММЕНТИРОВАНИЕ пользователей по местам
- 4 УПОМИНАНИЯ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ на фото для привлечения внимания
- 5 ТЕЛЕФОН или телефон + мессенджер
- 6 НОВЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ Instagram





# Где и на что ловить живых целевых пользователей во ВКонтакте

- 1 ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА, в том числе постов
- 2 РЕТАРГЕТИНГ с помощью баз мейлов и специальных сервисов
- 3 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКЛАМЫ в сообществах
- 4 РУЧНЫЕ ПОСЕВЫ в живых целевых сообществах
- 5 ОФЕРЫ В ПРИЛОЖЕНИЯХ, где есть целевая аудитория





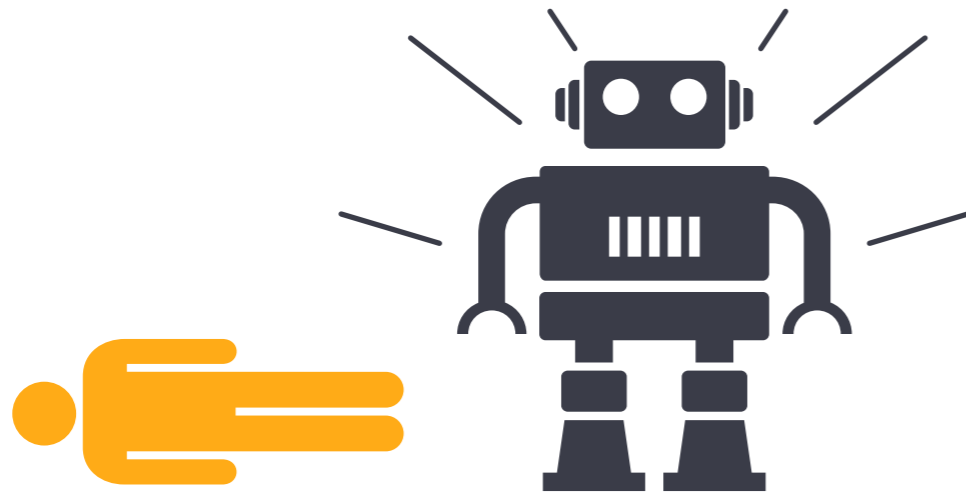
# Где и на что ловить живых целевых пользователей в Одноклассниках

- 1 **ФОТОКОНКУРСЫ** вместе с посевами для вступления в группы
- 2 **МАКСИМАЛЬНЫЙ ТАРГЕТ** на аудиторию с выводом из соцсети
- 3 **ПОСЕВЫ** в живых целевых сообществах
- 4 **ПОДКУП** в личных сообщениях (за подарки)





# Что будет дальше?



Живой целевой подписчик  
будет стоить дороже,  
найти его будет сложнее,  
хорошего контента  
будет достаточно, поэтому...



Аутсорс будет  
перетекать в инхауз



Контракты от крупных  
агентства будут перетекать  
к мелким



Будут развиваться  
готовые сообщества  
с целевой аудиторией



# Вопросы?

[virta@academyvirta.ru](mailto:virta@academyvirta.ru)

 /vikavirta

 @vikavirta