

«А смайлик можно?»

Эффективный контент-маркетинг
для конкретных бизнес-задач

*Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com*

Вы знаете про контент- маркетинг всё.

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

Контент

*Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com*

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Контент

Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Контент

Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

BTL

Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

BTL

Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

BTL

Баннеры

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

BTL

Баннеры
Guerilla

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

BTL

Баннеры

Guerilla

SMM

Вы знаете про контент-маркетинг всё.

TV

Радио

Наружная
реклама

Контент

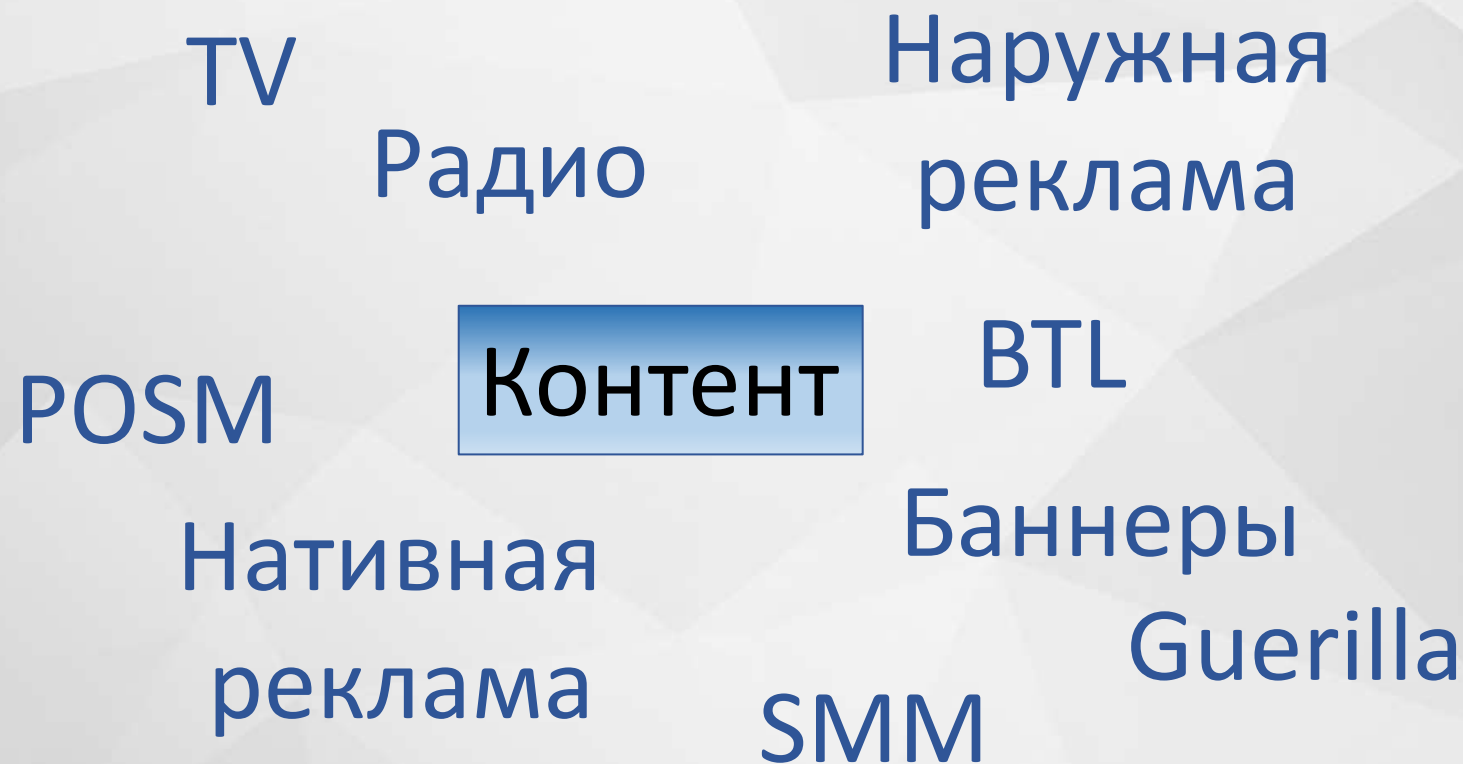
BTL

Нативная
реклама

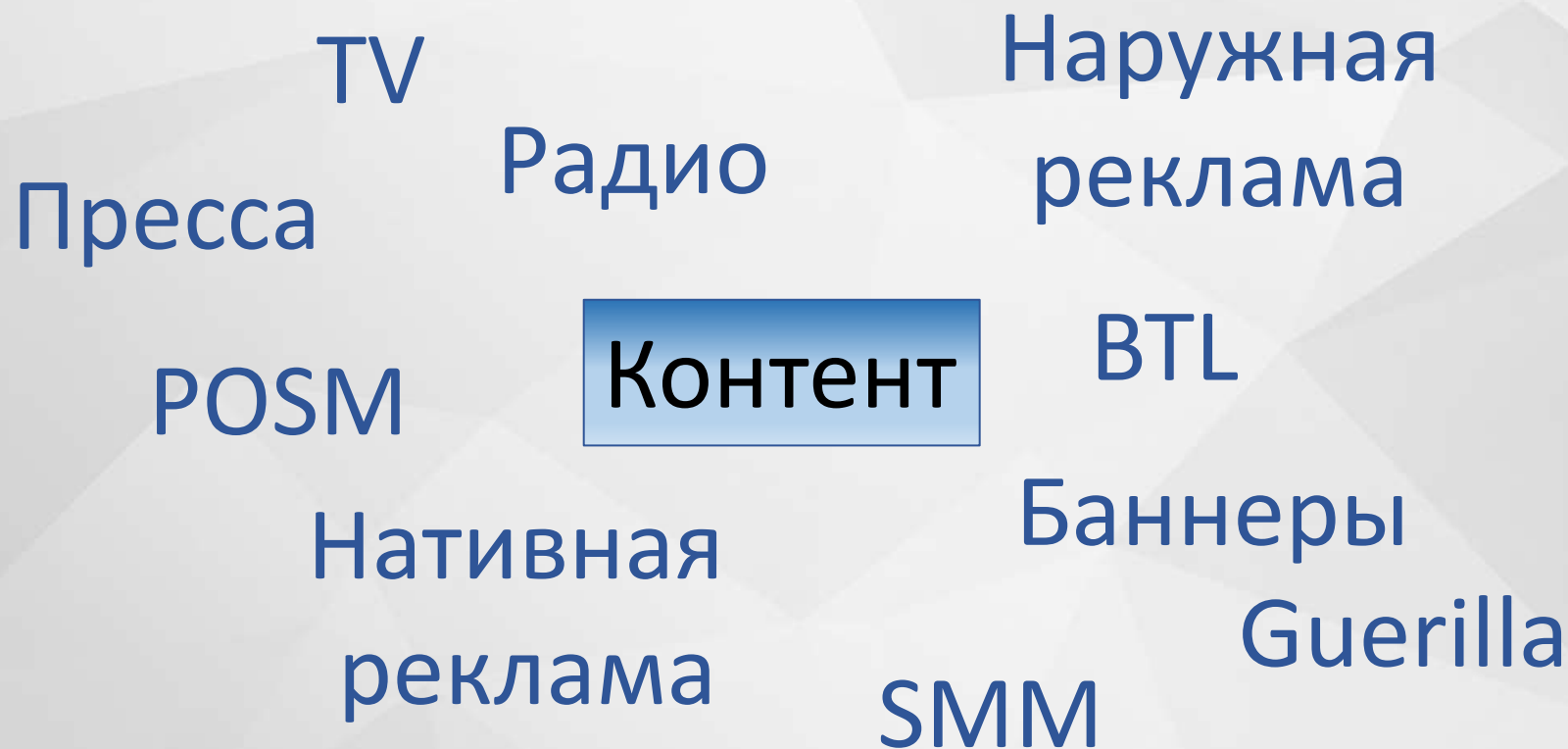
Баннеры
Guerilla

SMM

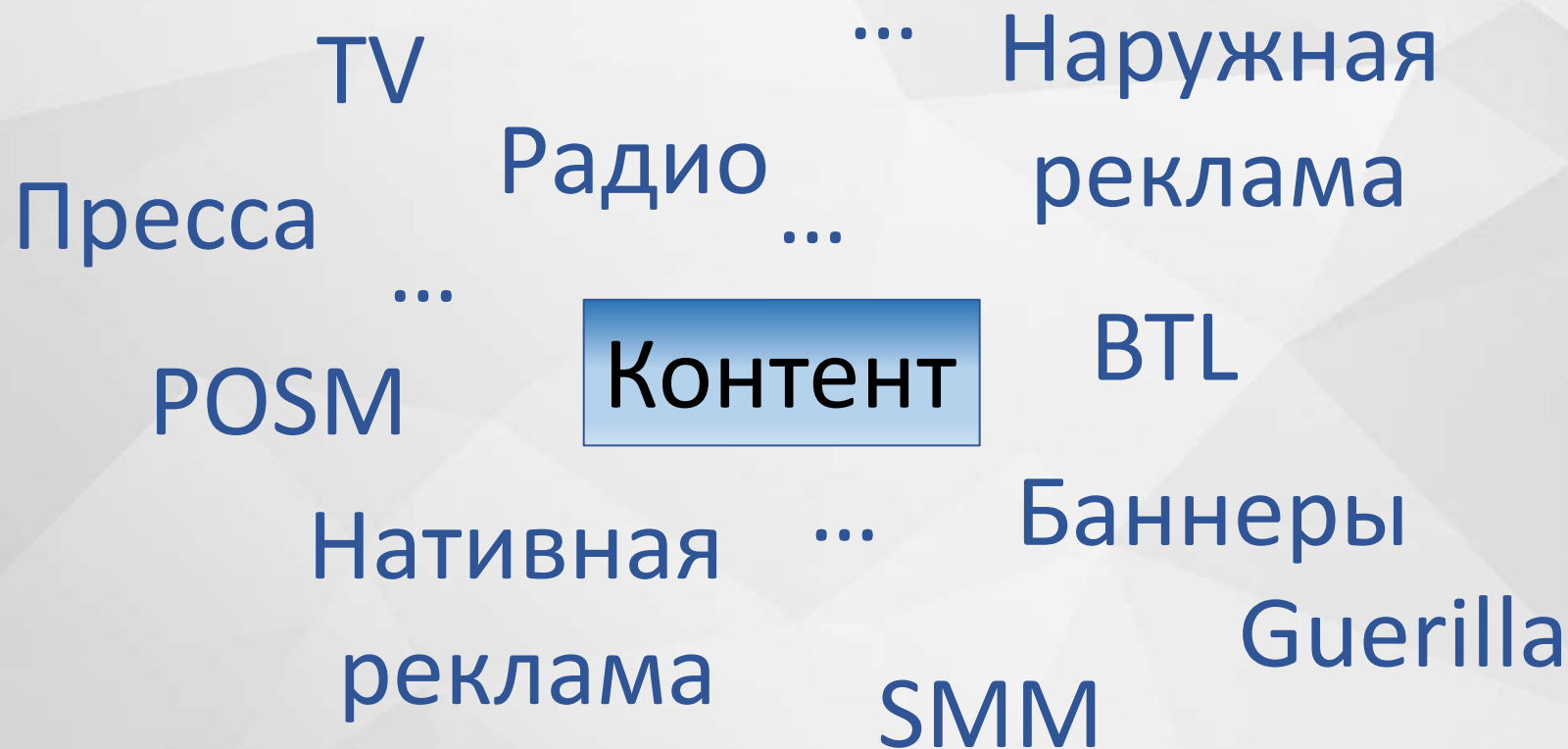
Вы знаете про контент-маркетинг всё.



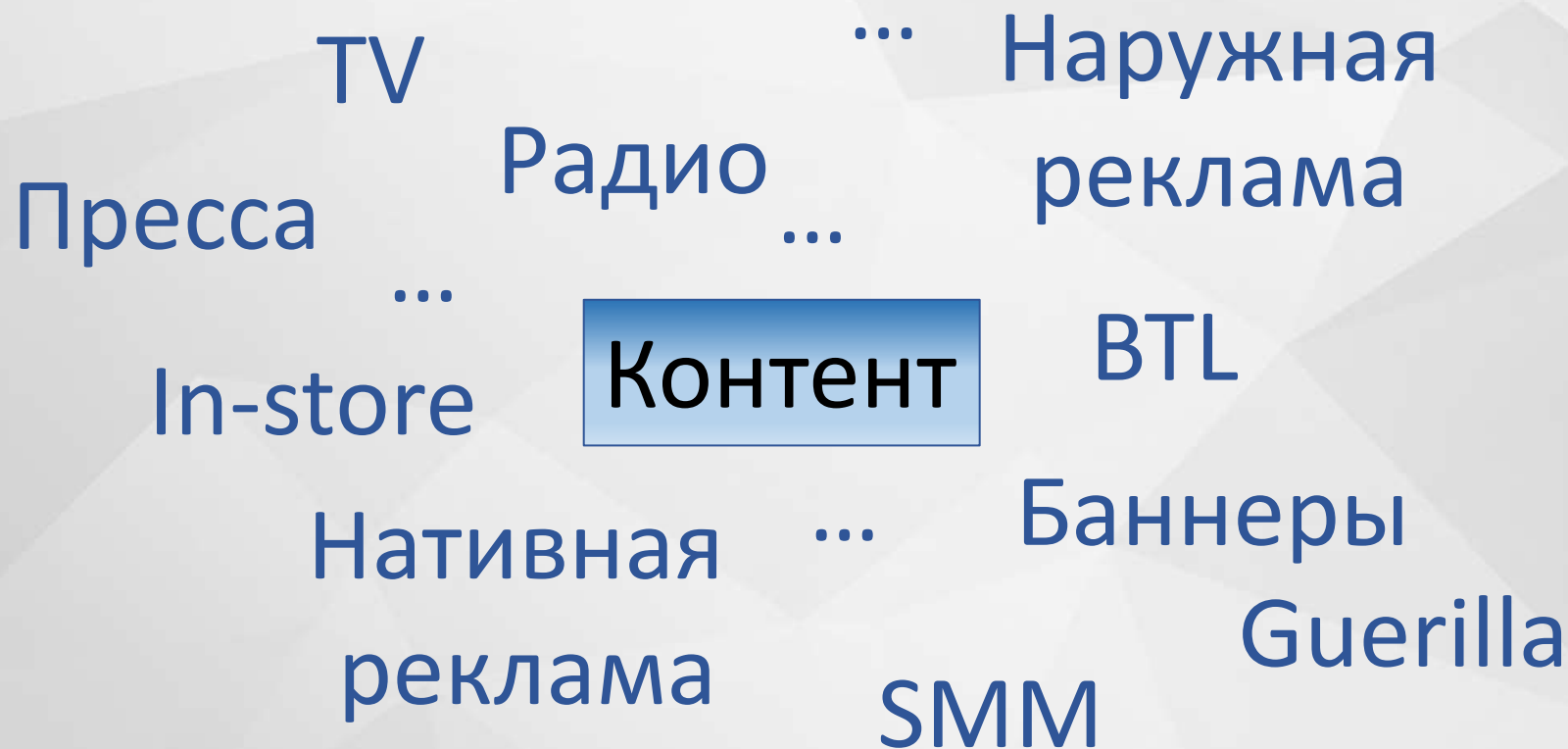
Вы знаете про контент-маркетинг всё.



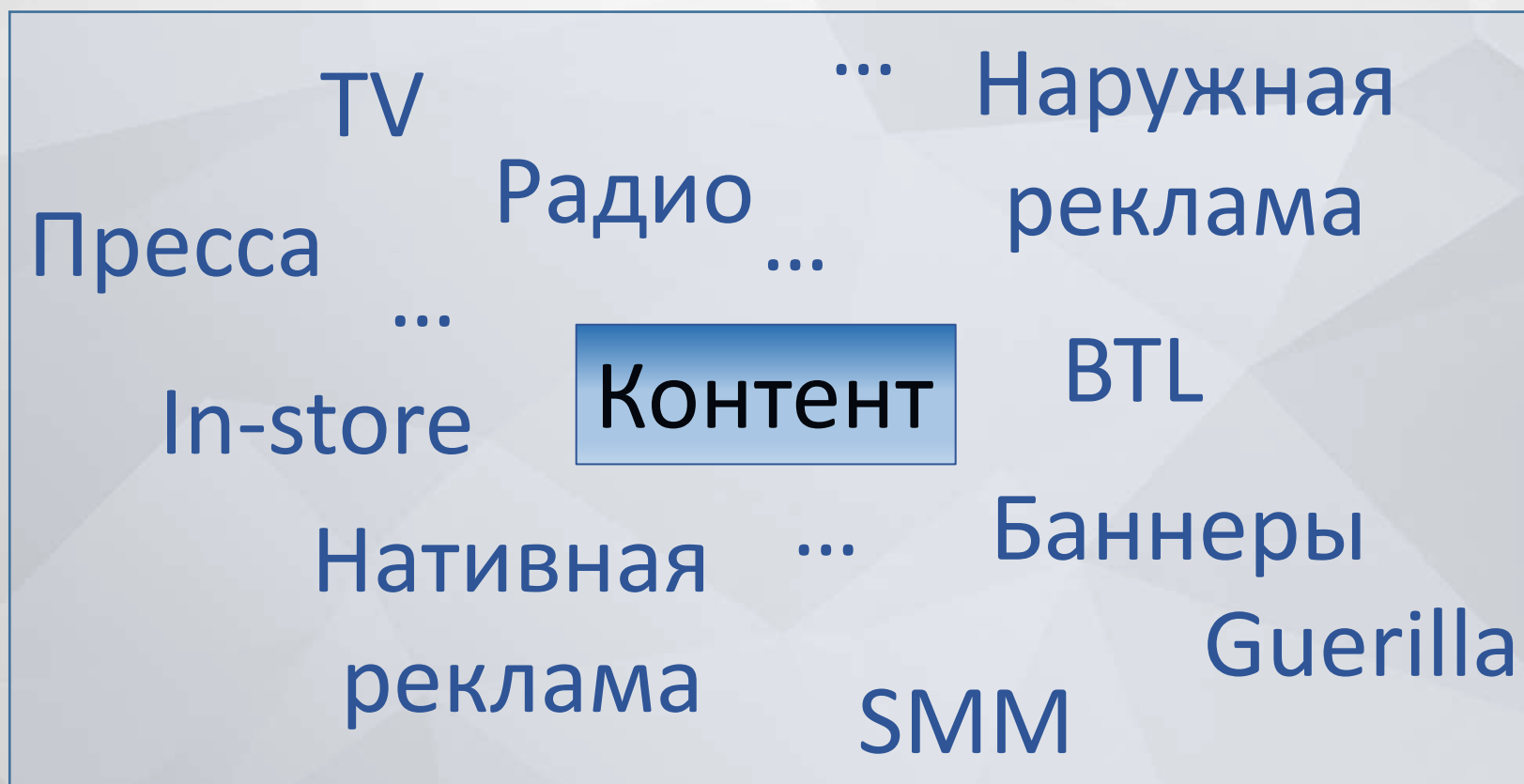
Вы знаете про контент-маркетинг всё.



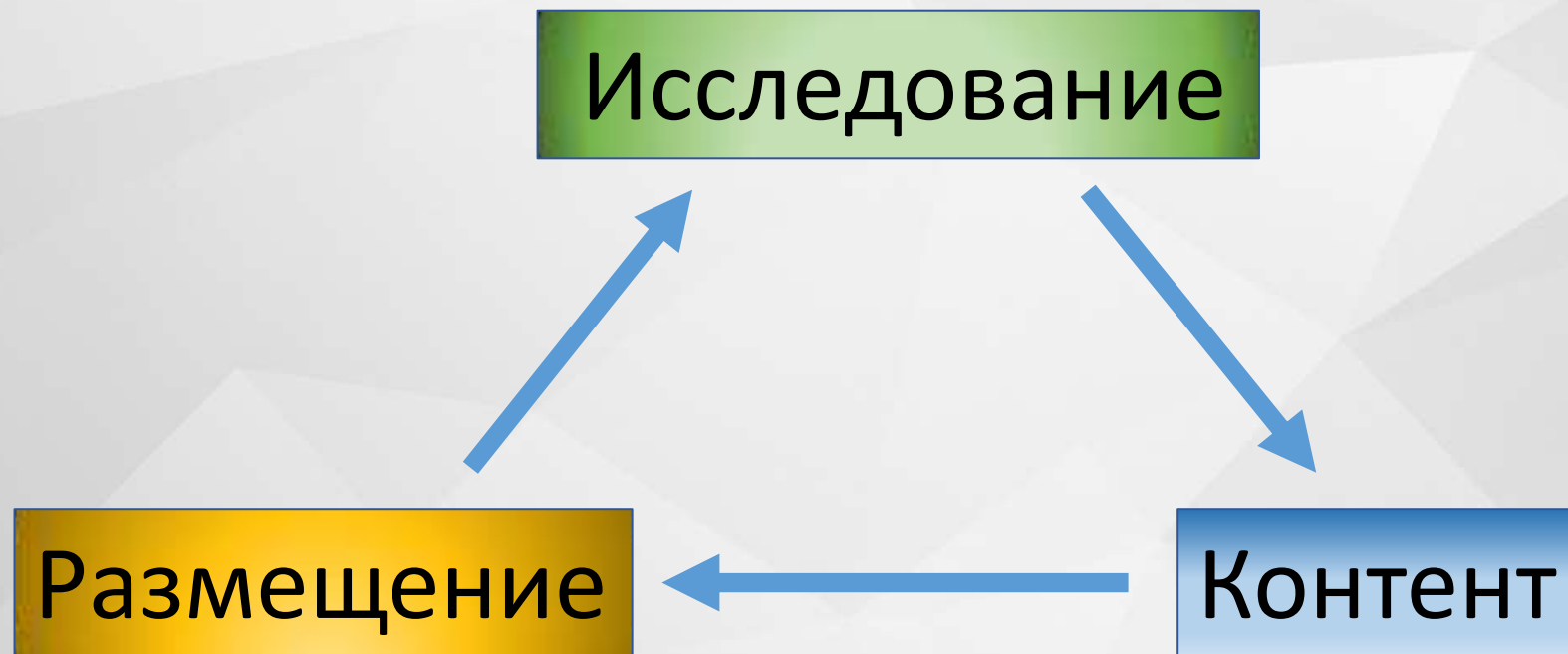
Вы знаете про контент-маркетинг всё.



Вы знаете про контент-маркетинг всё.



Вы знаете про контент-маркетинг всё.



Почему мы здесь?

Новый потребитель
+
Новый контент
=
Новая реальность

Новый потребитель

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Новый потребитель

Разбирается в контенте
Создает контен

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новые каналы

Новый контент

Линор Горалик

Контентный маркетинг // Развитие бренда

linor.goralik@gmail.com

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новые каналы

Новые форматы

Новый контент

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новый контент

Новые каналы

Новые форматы

Новое потребление

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новый контент

Новые каналы

Новые форматы

Новое потребление

Новые интонации

Новый потребитель

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новый контент

Новые каналы

Новые форматы

Новое потребление

Новые интонации

Новые препятствия

Новый потребитель + Новый контент = Новая реальность

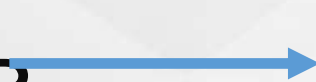
Новый потребитель

+

Новый контент

=

Новая реальность



Новые практики

«Большие ожидания»: что может дать SMM?

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist

*Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com*

«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist

Внешний мир
бренда

Внутренний мир
бренда

«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist

Внешний мир бренда

B2B/B2C

- Awareness
- Имидж
- Оповещения
- Продажи
- Исследования
- Связь с клиентом
- Feedback
- ...

Внутренний мир бренда

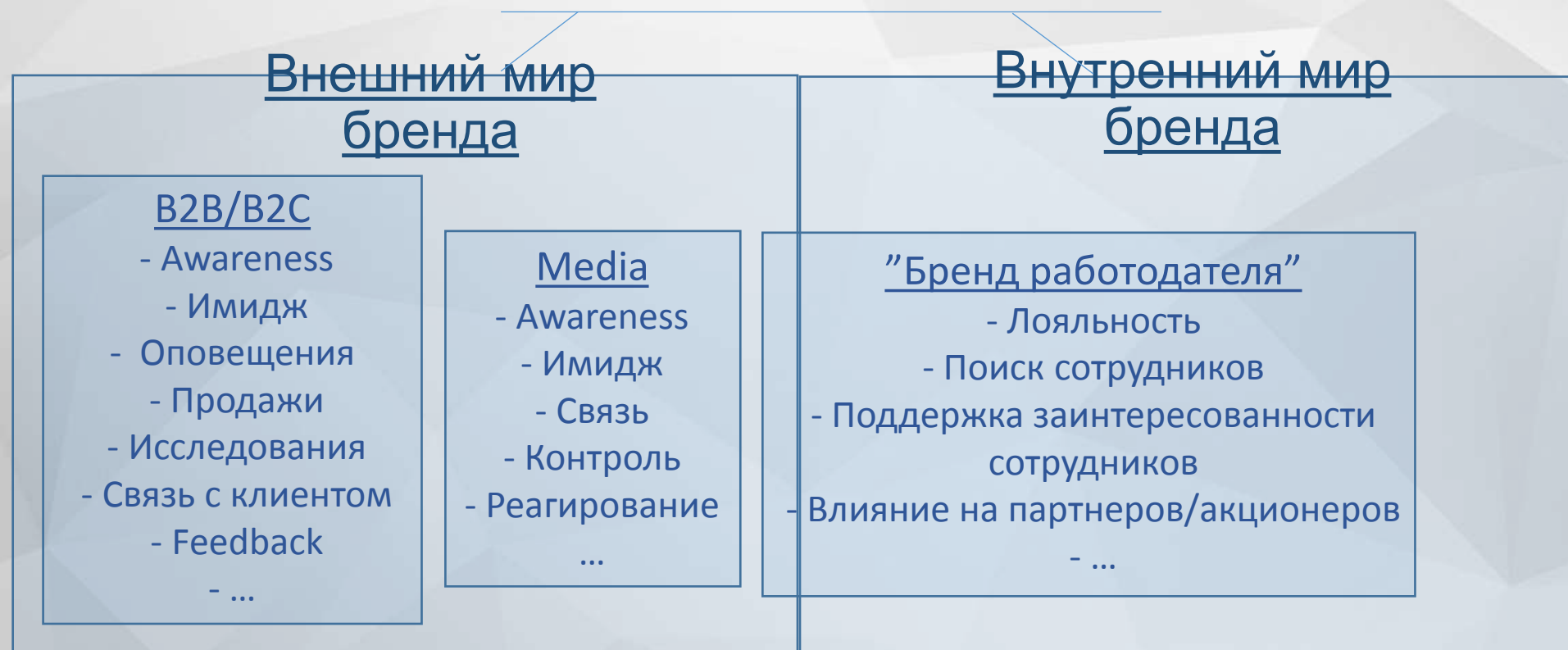
«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist



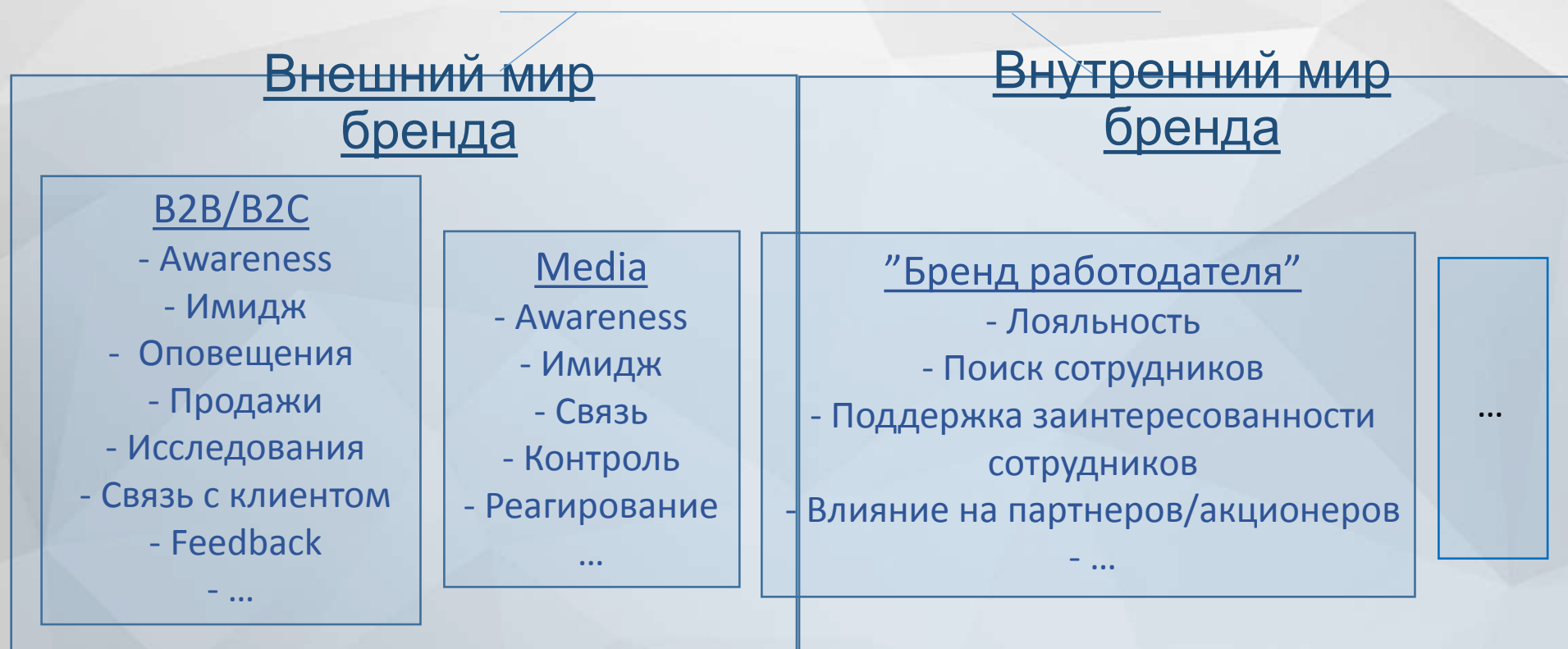
«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist



«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist



«Большие ожидания»: что может дать SMM?

The -ing Checklist



Стратегии и тактики

Стратегии и тактики

The -ing Checklist



Стратегии и тактики

The -ing Checklist



СТРАТЕГИЯ

Стратегии и тактики

Новый потребитель

+

Новый контент

Разбирается в контенте

Создает контент

Выбирает контент

Проверяет контент

Избалован контентом

Новые каналы

Новые форматы

Новое потребление

Новые интонации

Новые препятствия



ТАКТИКА

**Соцсети – не канал.
Соцсети – среда.**

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в
одном направлении

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи
4. Невозможность выбора контента потребителем.

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи
4. Невозможность выбора контента потребителем

VS

Среда:

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи
4. Невозможность выбора контента потребителем

VS

Среда:

1. Произвольное направление информации

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи
4. Невозможность выбора контента потребителем

VS

Среда:

1. Произвольное направление информации
2. Потребители контента создают контент

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи
4. Невозможность выбора контента потребителем

VS

Среда:

1. Произвольное направление информации
2. Потребители контента создают контент
3. Немедленная обратная связь

Соцсети – не канал. Соцсети – среда.

Канал:

1. Движение информации в одном направлении
2. Разделение на создателей и потребителей контента
3. Отсутствие обратной связи
4. Невозможность выбора контента потребителем

VS

Среда:

1. Произвольное направление информации
2. Потребители контента создают контент
3. Немедленная обратная связь
4. Свобода в выборе контента потребителем

«РАВЕНСТВО КОНТЕНТА»

«Равенство контента»: играй, как пользователь.

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

«Равенство контента»: играй, как пользователь

«Великий Контентный Переворот»:

*Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com*

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

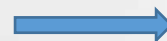
«Равенство контента»: играй, как пользователь

«Великий Контентный Переворот»:

~~«Говорить с
пользователем
на его языке»~~

«Великий Контентный Переворот»:

~~«Говорить с
пользователем
на его языке»~~



Быть
пользователем.

«Равенство контента»: **Пользователь**

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией

«Равенство контента»: Пользователь

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией

↓
'Tone of voice'

«Равенство контента»: **Пользователь**

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией



‘Tone of voice’

- Постит в разных форматах;
- Постит в ограниченном объеме;
- Постит контент разной ценности;
- Спрашивает чужого мнения;
- Реагирует на актуальные события;
- Делится чужим контентом.

«Равенство контента»: **Пользователь**

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией

↓
'Tone of voice'

- Постит в разных форматах;
- Постит в ограниченном объеме;
- Постит контент разной ценности;
- Спрашивает чужого мнения;
- Реагирует на актуальные события;
- Делится чужим контентом.

↓
Choice of content

«Равенство контента»: **Пользователь**

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией

↓
'Tone of voice'

- Постит в разных форматах;
- Постит в ограниченном объеме;
- Постит контент разной ценности;
- Спрашивает чужого мнения;
- Реагирует на актуальные события;
- Делится чужим контентом.

↓
Choice of content

- Интересуется чужим контентом;
- Реагирует на комментарии, лайки и пр.;
- Считает соцсети полноценной коммуникационной средой.

«Равенство контента»: **Пользователь**

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией

↓
'Tone of voice'

- Постит в разных форматах;
- Постит в ограниченном объеме;
- Постит контент разной ценности;
- Спрашивает чужого мнения;
- Реагирует на актуальные события;
- Делится чужим контентом.

↓
Choice of content

- Интересуется чужим контентом;
- Реагирует на комментарии, лайки и пр.;
- Считает соцсети полноценной коммуникационной средой.

↓
Feedback / Коммуникация

«Равенство контента»: играй, как пользователь

Пользователь

ь:

- Говорит от первого лица;
- Обращается к знакомым собеседникам;
- Говорит с естественной интонацией

'Tone of voice'

- Постит в разных форматах;
- Постит в ограниченном объеме;
- Постит контент разной ценности;
- Спрашивает чужого мнения;
- Реагирует на актуальные события;
- Делится чужим контентом.

Choice of content

- Интересуется чужим контентом;
- Реагирует на комментарии, лайки и пр.;
- Считает соцсети полноценной коммуникационной средой.

Feedback / Коммуникация

Идеальное
SMM-поведение

«А смайлик можно?»: Эффективный SMM-контент для конкретных бизнес-задач

«Равенство контента»: играй, как пользователь

«А смайлик МОЖНО?»

*Линор Горалик
Контентный маркетинг // Развитие бренда
linor.goralik@gmail.com*

**«А смайлик
МОЖНО?»**

:)