

Путь пользователя: от «like» до

Brand's Advocate



Путь в тысячу миль начинается с первого шага



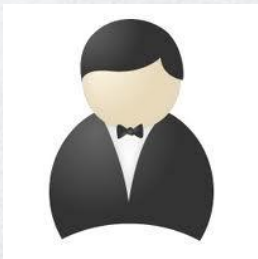
Вопрос о количестве пользователей, которые продолжают развиваться внутри сообщества, – главный вопрос, отражающий эффективность паблика, как **коммуникационной платформы**

Вотпочему



Увидевший рекламу

Эффект: сомнительная узнаваемость



Зашел - ушел

Эффект: оскорбительная дерзость



Поставил «Like» и «не перезвонил»

Эффект: сомнительная лояльность



Поставил «Like» и регулярно заходит

Эффект: лояльность и дополнительный промо инструмент



Бот

Эффект: бюджет «- 5р.»
карма «-500»

Качество, а не количество

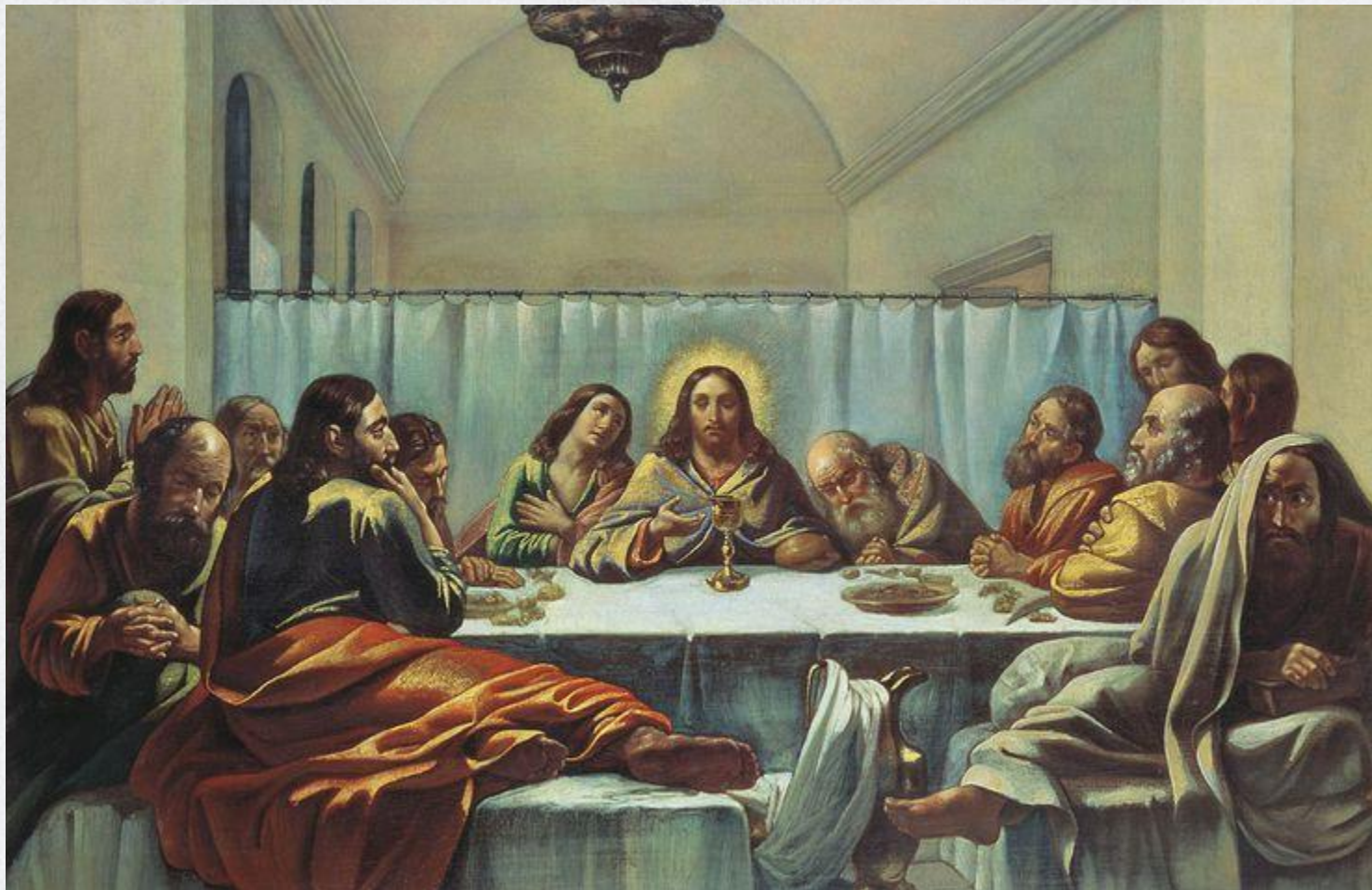
Адвокаты бренда:

1. Создают, а не имитируют активность
2. Способствуют вирусному охвату
3. Защищают ваш бренд вне группы
4. Готовы к целевому действию

Не тратьте деньги впустую, выращивайте адвокатов бренда



Пример из жизни



Типичный бренд

Увеличить популярность, лояльность; обратная связь от пользователей

УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ

1. Тематика: спорт
2. Бюджет: 200К
3. Период: 4 мес.

В контакте люди сообщества игры музыка ▶ помощь

"abibas" или просто "гопник стайл"

Описание: ПРАВИЛА ГРУППЫ: обязательно ругаться матом , матерится на эмо и прочих нефоругов !! дальше сами придумайте!!!!!!

Местоположение: Черкаassy, Украина

Свежие новости

Опрос перейти к

Проголосовали 203 человека

как лучше завалить макс бизкита?

замуровать в стене	41 (20.2%)
бить ногами	107 (52.7%)
заморить голодом	6 (2.96%)
просто посадить в комнату пыток	5 (2.46%)
бросить в пещеру с волками	9 (4.43%)
пусть живёт (ха-ха)	35 (17.24%)

Девчонкам!
Экспресс зарядка на 10 минут

10-15 глубоких приседаний (руки вверх)
5 выпадов с выпрыгиванием (руки за голову)
[Показать полностью..](#)



Что получилось

1. Количество участников - 9000
2. Посещаемость – 180/день
3. Участников конкурса – 150 пользователей
4. Охват кампании – 1 000 000
5. Затраченный бюджет – 720 000
6. Стоимость участника – 80р.
7. Стоимость охваченного - 0,72р.



О чем

МОЛЧИТ СТАТИСТИКА

1. Сколько участников реально составляют ЦА?
2. Сколько представителей ЦА активны?
3. Сколько пользователей вы обратили в свою религию?



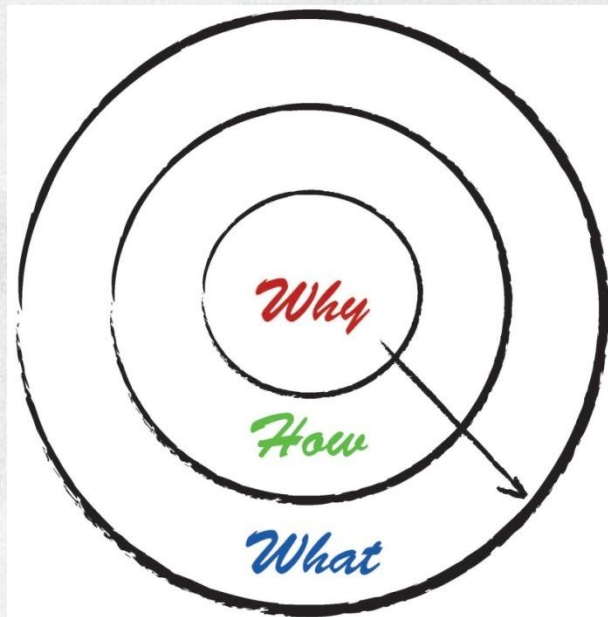
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКИЙ

ЧТО ДЕЛАТЬ?



Торьковское
книжное издательство
1953

Зачем вы здесь?



Ваш бренд – один из множества остальных, которых я вижу в течение дня. Процесс производства лишь может оправдать стоимость, редко – привлечет внимание.

Говоря мне **ЗАЧЕМ** вы это делаете - вы говорите мне **ПОЧЕМУ** я должен подписаться на вас.

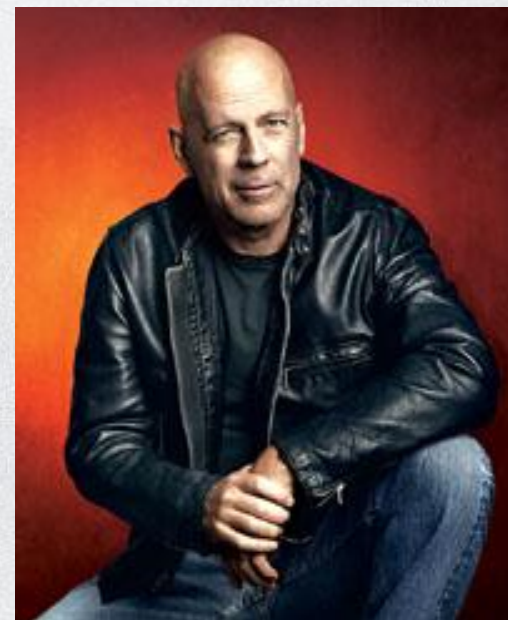


SPLAT занимается тем во что верят.
Каждый способен изменить мир к лучшему.
Помогает быть здоровыми, красивыми и
успешными.

90% аудитории – целевая
100% брендовый контент
Каждый пост сопровождается комментариями,
share, like

Все бренды – люди

1. Создавайте свой язык
2. Давайте больше уникального контента
3. Брендированный контент должен быть интересным (см. пред.)
4. Общайтесь с вашими друзьями, уделяйте внимание каждому



Вы - пользователь

Контакты

**Подружка Виктория**
красота и стиль

**Подружка Татьяна**
бизнес и релакс

**Подружка Анна**
семья и путешествия

**Подружка Алиса**
Учеба и антиучеба

Подружка Алиса



Отправить сообщение

Подружка



13 марта – 2 апреля
Выиграй путешествие в Лос-Анджелес!

Подружка
Улыбайтесь
:))

День рождения: 19 марта
Родной город: Москва
Семейное положение: есть друг
Языки: Русский, English, Español

[Показать подробную информацию](#)

10 фотографий

[все](#)



35 записей

[к записям Подружки](#)

Зажигайте аудиторию

1. Каждый день, что-то происходит.
2. Геймификация контента.
3. Выводите пользователей в off-line

В альбоме 105 фотографий | Комментарии к альбому



ПОДРУЖКА - сеть магазинов косметики и парфюмерии

Внимание, Подружки! Объявлен промежуточные результаты викторины от Max Factor!

На данный момент в викторине лидируют 5 участниц:

Даша Морозова

Инна Грибова

Ирина Голубева

[Показать полностью..](#)



15 мар в 17:33

[Поделиться](#) [Мне нравится](#) 3

[Показать все 19 комментариев](#)

Таргет решает

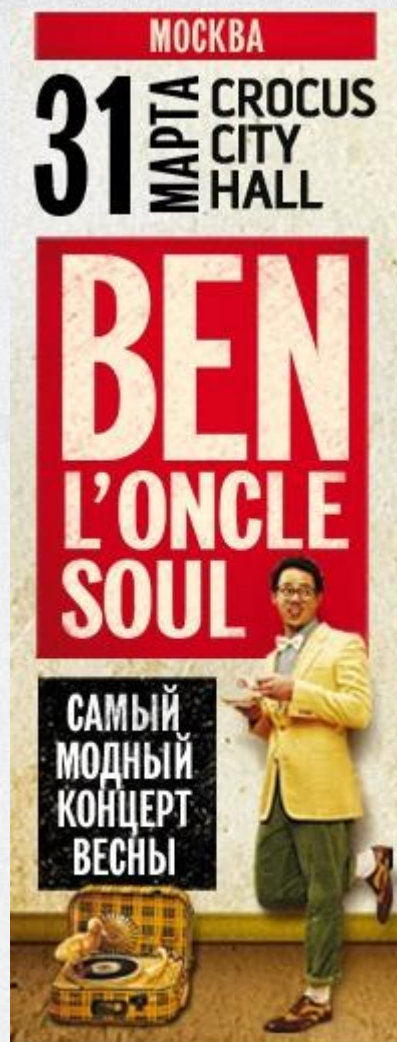
геотаргетинг

(Россия, города миллионики)

демографические данные (м\ж,
24 – 50, статус: влюблен,
помолвлена, женат и пр.)

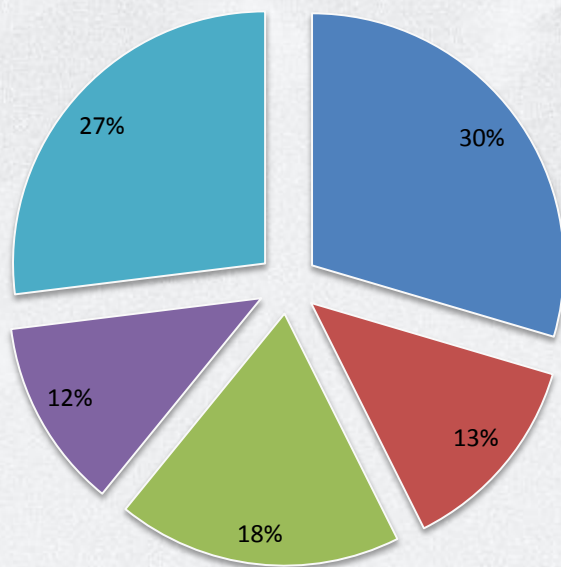
социальный статус (школа, вуз,
год окончания, профессия)

интересы и увлечения, в т.ч.
приложения соц.сетей
(путешествия, туризм, названия
стран)



Качественная аналитика

Мотивы вступления



Отношение к бренду



Выводы

1. Задумывайтесь над качеством аудитории, а не над количеством
2. Меняйте стратегию позиционирования
3. Общайтесь как пользователь с пользователем
4. Стимулируйте активность каждый день
5. Придерживайтесь максимально сегментированного подхода
6. Проводите дополнительные исследования

Адвокатами не рождаются, ими становятся



Спасибо за внимание!

Коммуникационное агентство «Smart Media»
г. Москва, ул. Ленинская Слобода, д. 26, корп. 1
+7 (495) 613-15-15

Е-mail: kkadyvkin@smart-media.ru

Кадывкин Кирилл

www.smart-media.ru