# Стратегия социальных медиа

**Vanina Delobelle, PhD**

www.vaninadelobelle.com

**Май** 2008

# Что такое социальные медиа ?

# Форумы и онлайн сообщества

# Блоги

# Социальные сети

# Мультимедиа разделение

# Социальные закладки

# Дигги

# Читатели RSS

# Микроблогинг

# Каково новое применение Web?

# Потребители ведут себя иначе

- **Встречаются в разных местах**

  **Социальные сети, блоги, форумы**

- **Делятся контентом и своими мыслями**

  **Вирусные видео, блоги, Twitter**

- **Оказывают влияние**

- **Комментируют**

- **Рекламируют самих себя**
  **Следуйте за ними !**

# Потребители больше общаются

## Идите туда, где они !

- Люди объединяются в сообщества
- Word-of-mouth сильнее

- Люди читают блоги и поглощают больше контента, чем производят пользователи
- Люди ориентированы на участия в он-лайн разговорах и с удовольствием общаться с брендами

# Тенденции

## Снова следуйте !

- 41% пользователей читают блоги

- 47% потраченного в интернете времени люди ищут контент и 33% тратят его на общение

- 91% скорее всего купят что-то только по чьей-то рекомендации

- 330 миллионов он-лайн просмотрщиков видео

- У Twitter 1миллион пользователей и 3 миллиона сообщений каждый день

- У LinkedIn 19 миллионов пользователей

- У MySpace 110 миллионов пользователей

# Зачем нужно создавать стратегию для социальных медиа ?

# Разговоры

## …И разговоры !

« Рынок это разговоры »

« Рынок становится энергичнее, более информированным, более организованным».

« Люди в социальных сетях рынков поняли, что получают намного более нужную информацию и серьезную поддержку друг от друга, а не от продавцов ».

« Рынок, который имеет свою социальную сеть, знает о продукте больше, чем компания, которая его выпускает ».

« Компании, которые не понимают, что их рынок сейчас соединен социальными сетями, упускают свой шанс».

« Теперь компании могут напрямую общаться со своим рынком. Если они кого-то обманут – это может стать их последним шансом».

« Компании, которые не принадлежат к сообществу - погибнут »
*(http://www.cluetrain.com/#manifesto)*

# С вами, или без вас…

## …Разговор произойдет !

- Для лучшего контроля над вашим брендом , вы должны участвовать в разговорах
- Если вы однажды завязываете диалог, не прерывайте его!

# Максимальный эффект

## Брендируйте сообщество !

- Расширьте пределы распространения  не-маркетингового сообщества, чтобы получить голос для вашей компании
- Используйте силу слухов

- Доставайте людей там, где они объединяются в группы

# Другие эффекты

## Добивайтесь нужных людей !

- **Эффект длинного хвоста**
  Достигайте маленькие сообщества на web

- **Устанавливайте связь с людьми**
  Достигайте людей там, где они есть

- **Продолжайте позиционировать бренд**

- **Производите больше трафика**

- **Повышайте ваши цели**

# Каковы ожидаемые результаты ?

## Намного выше, чем раньше !

- Увеличение текущих маркетинговых результатов

- большие знания о бренде

- лучший менеджмент бренда

- стабильность пользователей

- продукция более высокого качества

- более высокие продажи

# Бесплатная стратегия

## Ни стоит ни $ !

- **Не требуется никаких денежных вложений**

- **Не нужно привлекать никакие внешние компании**

…единственная цена- это время, которое вы будете готовы пожертвовать !

# Изучение случая : DELL

## Показываем, что это работает !

• Команда менеджеров сообщества, которая взаимодействует с сообществами на блогах, форумах…

• Мониторинг всех упоминаний Dell он-лайн (RSS, Поиски) и отслеживание позитивных, негативных и нейтральных отзывов

• Dell никогда не проводит цензуру критических комментариев на блогах и быстро отвечает на критику как на своем, так и на других блогах

• Все работники Dell могут оставлять комментарии на блогах, которые обсуждают их компанию, но они должны оставлять свое имя и идентифицировать себя, как работников Dell

• С 2006г., когда Dell запустил свой DirectDell блог и главное инициативное он-лайн сообщество, негативные он-лайн отзывы о Dell уменьшились с более чем 50% до20%

• Инициативное сообщество Dell очень поддерживается CEO Michael Dell

• Dell ежедневно ссылается на блоги, конференции…как пример компании, которая понимает ценность сообщества

# Риски при отсутствии определенной стратегии

## Вы можете потерять контроль !

**_Например :_**

1. Люди плохо о вас говорят
2. Вы не знаете, как ответить, и по этому отвечаете анонимно
3. Влиятельный блоггер понимает это и поднимает шум вокруг сложившейся ситуации
4. Шум увеличивается
5. Вы теряете контроль и решаете ответить честно…но уже слишком поздно
6. Вы создали плохой имидж и теперь вам нужно справится с кризисом в менеджменте

Результаты : Вы потеряли возможность изначально легко занять позиции и вы потеряли море времени и правдоподобность!

# Какова стратегия ?

# Совершите несколько действий…

## …Начните с того что…



- **Познакомьтесь с пользователями интернета**
  Отвечайте на комментарии, оставленные пользователями на блогах. Читайте то, что они говорят о вашем бренде.

- **Устанавливайте общие инструменты**
  Будьте уверены в том, что вы предлагаете вашим клиентам инструменты, с помощью которых они смогут делиться своим мнением о вашей продукции (блоги, форумы, он-лайн опросы).

- **Держите связь со своими клиентами**
  Присутствуйте в он-лайн социальных сетях и создайте профайл для вашего бренда

- **Переигрывайте оф-лановские компании в интернете**
  Разместите ваши последние ТВ компании на YouTube, объявите о приближающимся мероприятии на Twitter, опубликуйте поданный материал на Facebook, ведите блог о вашем бренде…

# Совершите несколько действий...

## ...Начните с того что...

- **Предлагайте пользователям тестировать вашу продукцию**
  Создавайте ограниченные сообщества, которые смогут тестировать продукцию и помогать ее усоврщенствовать. Создавайте пользовательские сообщества.
- **Заставляйте пользователей поднимать шум**
  Делитесь и презентуйте вашу продукцию блоггерам, чтоб вызвать вирусную волну
- **Будьте инициаторами разговора**
  Заводите разговор на вашем блоге. Публикуйтесь и на других блогах.

- **Развивайте честный и вирусный тип мышления**
  Будьте открыты, не бойтесь, будьте честными и делитесь всем, чем можете.

# Некоторые типы поведения…

## …принимайте !

- **Принимайте прозрачность**
  Не пишите под выдуманными именами.

- **Не удаляйте критические комментарии**
  Не бойтесь и отвечайте на них.

- **Стройте доверие**
  Показывая, что вы действительно слушаете.

# Объединяйте инструменты

## Используйте разнообразные инструменты и расширяйтесь!

- Усиливайте эффект с помощью множества инструментов
- Один профайл или медиа недостаточен для того, чтоб увидеть эффект
- Это комбинация многочисленных инструментов, которые сделают вас успешными

# Будьте терпеливыми

## Эффект будет там!

• В начале вы увидите маленькие перемены

• Стратегия станет сильной, когда пользователи увидят вашу вовлеченность

• Одна страничка на facebook не сделает чудо, а вот комбинация многочисленных инструментов сможет.

• Никогда не пропадайте, потому что сообщество должно быть живым
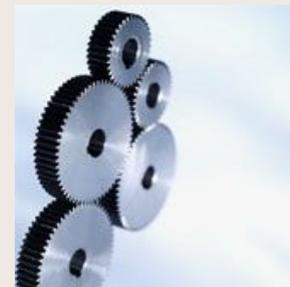
# Facebook

## Создайте страничку !

• Создайте страничку для вашего бренда

# MySpace

## Создайте страничку !

- **Создайте страничку для вашего бренда**

# LinkedIn

## Создайте группу!

- Создайте группу для работников компании

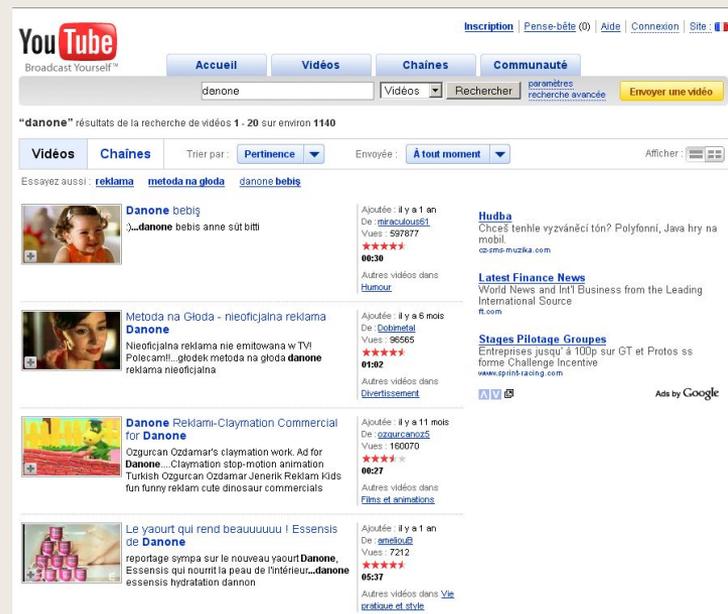# Twitter

## Создайте аккаунт !

- Создайте аккаунт и распространяйте полезные звенья

# YouTube

## Размещайте видео !

- Создавайте вирусные пятна, такие как lip dubs

- Размещайте полезный для пользователей контент

# Slideshare

## Размещайте презентации !

- Создавайте полезные презентации

# Блоги

## Общайтесь с блоггерами !

- Общайтесь на вашем корпоративном блоге

- Общайтесь с блоггерами и информируйте их о вашей реальности – они интересуются новостями

# Следите за разговором…

## …и отвечайте !

- Читайте все разговоры о вашем бренде

- Участвуйте в этих разговорах, отвечая и комментируя

- Быстро отвечайте для более сильного эффекта

- Размещайте качественный контент

# Как измерять успех?

## Шум !

*Вот что должен делать человек, который этим занимается ...*

- Активность общения должна быть меньше, чем 24 часа
- Количество качественных размещений на блоге
- Количество значимых комментариев
- Качество контента

# Какаво КПД ?

## Трафик и качество !

• Количество соеденений **URLs** вашего бренда с другими сайтами

• Количество публикаций, делающих ссылку или связующих с брендом

# Какие инструменты для метрики ?

**Простые инструменты, которые можно установить хоть прямо сейчас !**

- Подпишитесь на Google Alerts для URLs/слов, которые вы хотите отслеживать

- Создайте аккаунт на Technorati

- Следите за количеством подписчиков вашегоFeedburner

Для большей информации…

[www.vaninadelobelle.com](www.vaninadelobelle.com)