

BARKLI

Корпорация Баркли for  
WOW Awards номинация  
WOW SMM-стратегия  
2014

For REPA from Barkli with love



Эта история началась  
в ноябре 2013 года...



Состояние социальных сетей корпорации Баркли:

1) Аккаунт в Facebook, около 800 подписчиков  
(накрученных сторонним подрядчиком,  
более 80% – боты)

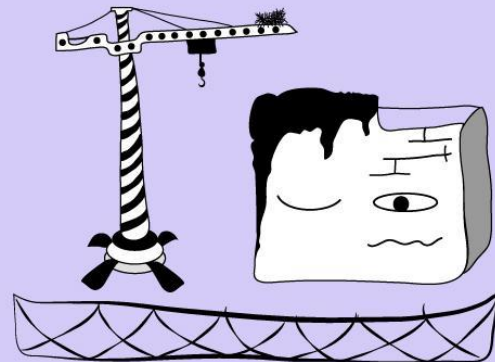
2) Аккаунт в Twitter, мертвый



3) Отсутствие стратегии



Пока в один прекрасный день сотрудники  
Департамента общественных связей  
не решили все изменить...



Разработка стратегии для корпорации Баркли:

1) Выявление целевой аудитории

- первичная — те, кто может купить квартиру от Баркли \$
- вторичная — те, кто должен захотеть купить квартиру от Баркли
- дополнительная — архитекторы и другие участники профессионального и экспертного сообщества



2) Разработка контент-плана



3) Поиск подрядчиков и процедуры согласования





После сотен бессонных ночей  
миру было явлено чудо...

Первые шаги в реализации SMM-стратегии:

1) Установлены KPI

2) Разработаны антикризисные действия  
для привлечения лояльной аудитории

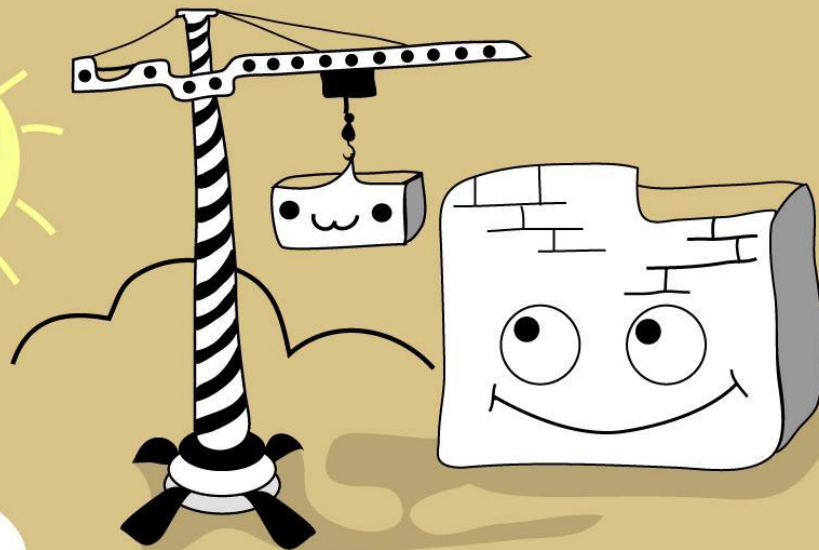
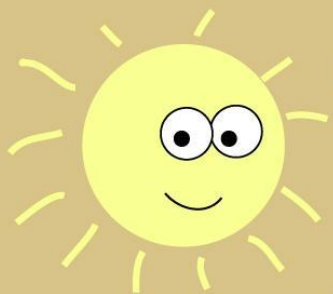
3) Организована первая акция Barkli Cupcake (декабрь 2013)



4) Создан канал в Instagram, реанимирован аккаунт в Twitter



Сначала было не просто ...



Акция Barkli Cupcake

1) Фирменные капкейки от корпорации Баркли  
новым подписчикам страницы

2) Охват акции: около 30К человек

3) Достигнуты KPI по привлечению «живых» подписчиков



Но все получилось...



Итоги на сегодняшний день (июнь 2014):

1) Постоянно растущие паблики в Facebook (1 800 подписчиков) и Instagram (280 подписчиков)

2) Использование инструмента «социальные сети» как альтернативы Интранету

3) Внутренние конкурсы, акции, подарки:

– конкурс фотографий сотрудников Barkli Vacation

(приз за самую оригинальную фотографию в социальных сетях из отпуска, на фото обязательно должно присутствовать слово «Barkli» и хештег)

– постоянные розыгрыши призов для подписчиков за фотографии объектов корпорации с нашими тегами

– фирменные открытки, которые мы рассылаем за like под их электронными версиями в социальных сетях

4) Подписчики, которые сами генерируют контент (фото)





## И жили они долго и счастливо...

- 1) Мы отказались от стандартных методов продвижения девелопмента, который используют другие бренды (ориентация на дом, семью, ремонт, дизайн)
- 2) Мы не используем ни один из известных методов «накрутки» лайков, мы не покупаем подписчиков и не платим за комментарии
- 3) Мы разработали свою уникальную friendly-методику продвижения с помощью акций и активностей, не связанных со строительством
- 4) Мы привлекли наших сотрудников в качестве адвокатов бренда
- 5) Мы стали друзьями для своих подписчиков, а не компанией, которая «впаривает» свой продукт
- 6) У нас впереди новые уникальные акции, призы, подарки, неожиданные повороты на пути нашей SMM-стратегии, так что подписывайтесь на <https://www.facebook.com/BarkliCorporation>



**СПАСИБО!**

[www.barkli.ru](http://www.barkli.ru)  
Ирина Баринская  
+7(926)1557277  
[IBarinskaya@barkli.ru](mailto:IBarinskaya@barkli.ru)