

TITANSOFT

Вовлекающий  
маркетинг  
или как контент  
спасает бизнес

# Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies, 2016



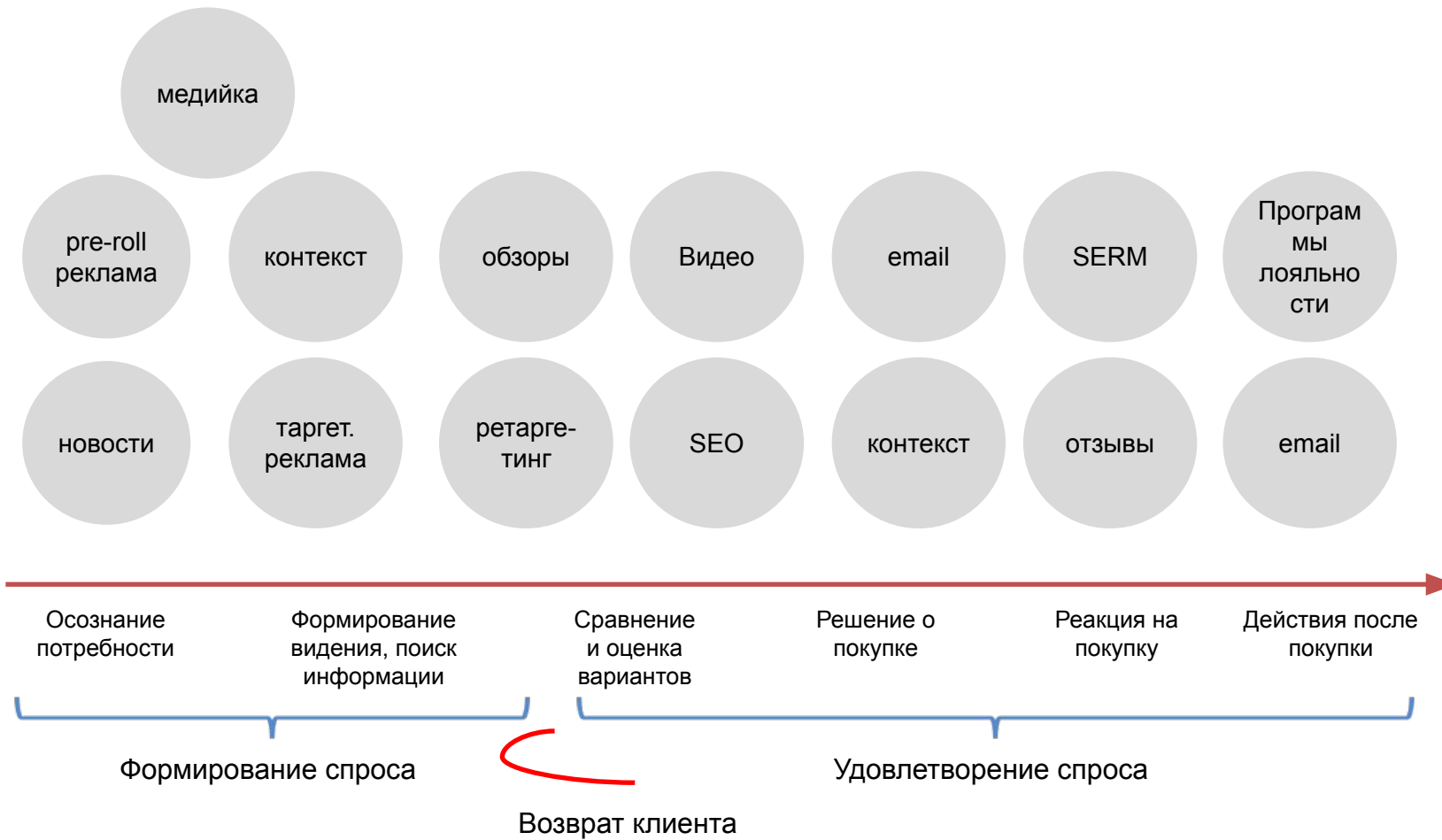
Цикл зрелости технологий Gartner

[gartner.com/SmarterWithGartner](http://gartner.com/SmarterWithGartner)

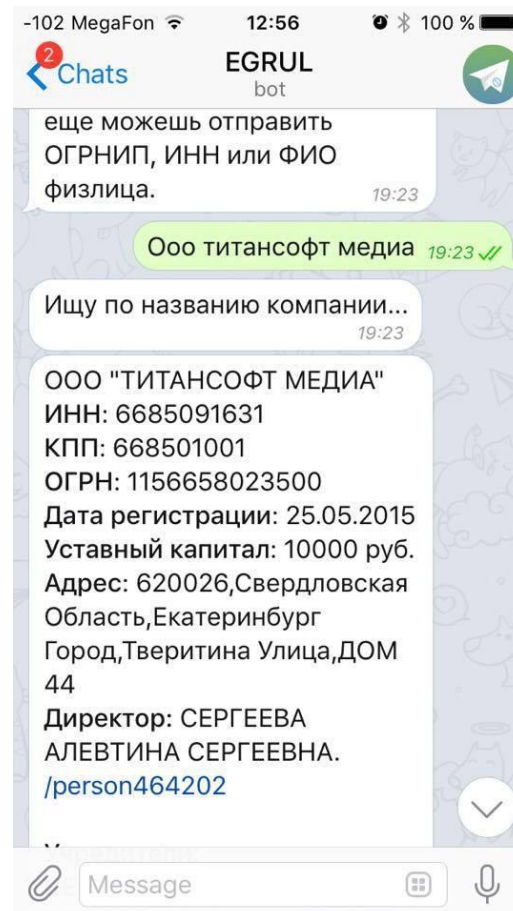
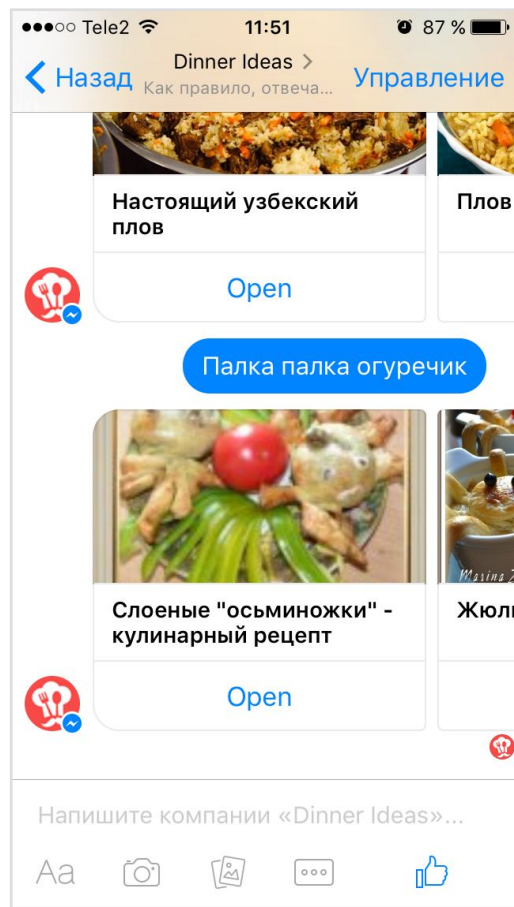
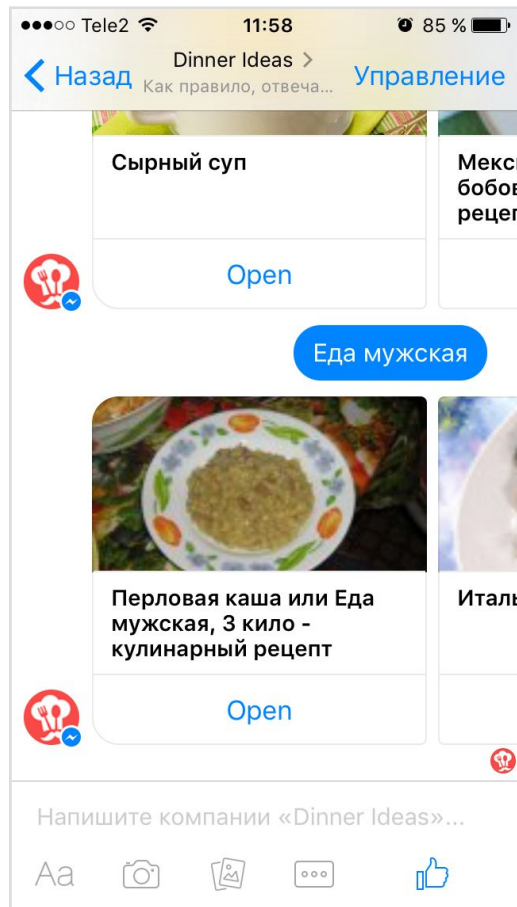
Source: Gartner  
© 2016 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

# Многоканальное взаимодействие

Процесс принятия решения о покупке



# Чат-боты



Искусственный интеллект (чат-боты) - Чат – это новый браузер, а боты – персональные помощники. Автоматизация рутинных задач, автоматизация общения с пользователями, автоматизация онлайн шоппинга, персональных рекомендаций и предложений. Платформах Telegram, Whatsapp, Skype, Messenger. 40% транзакций в Китае уже сейчас проходит через Wechat. В Wechat уже создано больше ботов, чем всего сайтов в Китае.

## ПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСАМИ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ

TITANSOFT

Мобилизация

СЕРВИС	ДОЛЯ ПОСЕЩАЮЩИХ	МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ	ИНТЕРНЕТ-БРАУЗЕР
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	84%	71%	61%
ПОИСК ИНФОРМАЦИИ	75%	27%	92%
НОВОСТНЫЕ САЙТЫ	59%	37%	85%
МГНОВЕННЫЕ СООБЩЕНИЯ	57%	94%	18%
ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА	49%	65%	64%
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ	47%	40%	90%
МУЗЫКА, ВИДЕО	45%	50%	80%
КНИГИ, ЧТЕНИЕ	28%	49%	75%
СЕТЕВЫЕ ИГРЫ	24%	67%	68%
ФИНАНСЫ, БАНКИ	21%	63%	64%
ЧАТЫ, ФОРУМЫ	21%	46%	84%
ПУТЕШЕСТВИЯ, ТУРИЗМ	18%	38%	92%

Источник: холдинг Ромир, май 2016

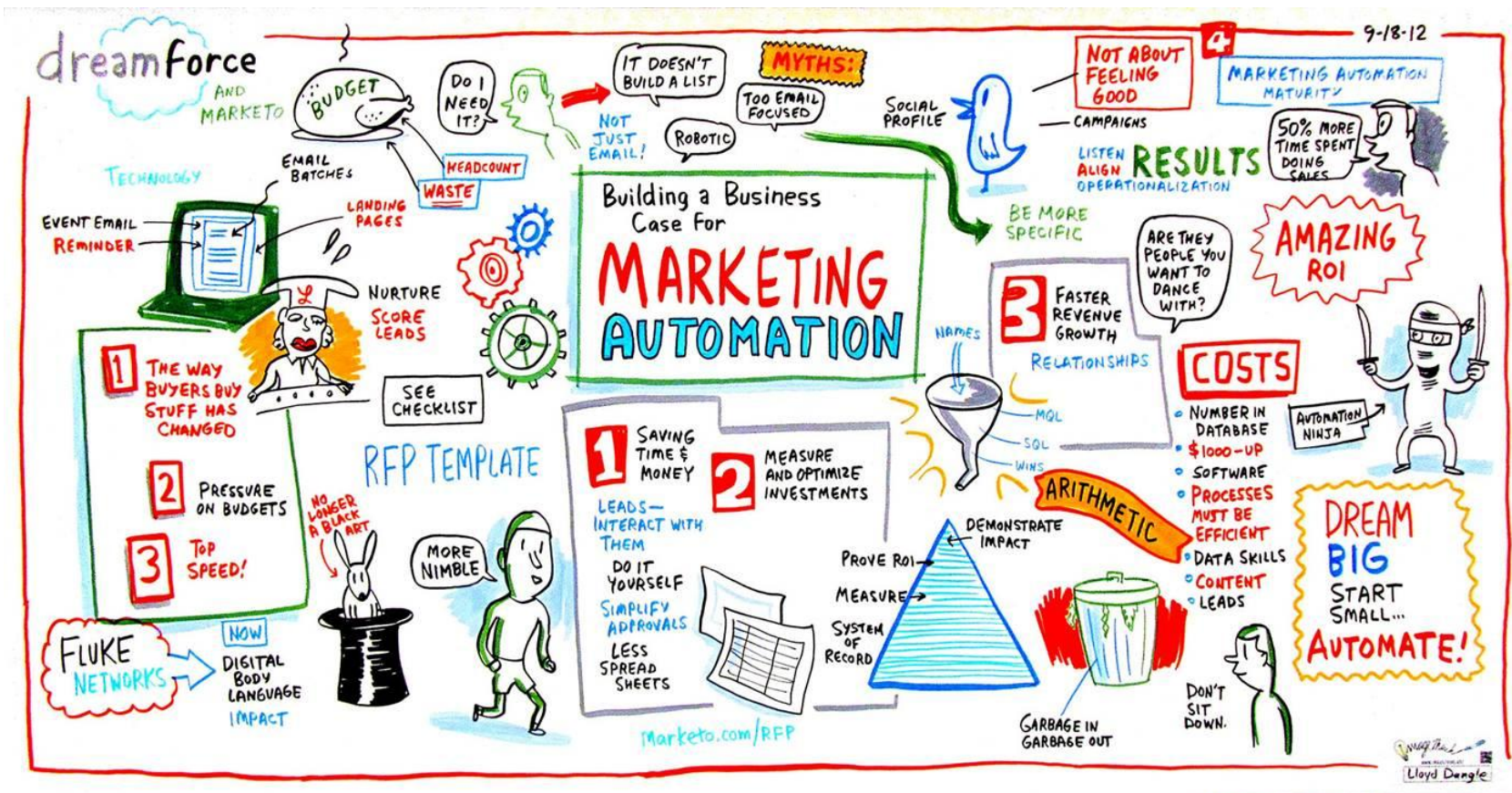
AR & VR



- <https://www.youtube.com/watch?v=LCpy6CrVeTs>
- <https://www.youtube.com/watch?v=ttUb0blecao>
- [https://www.youtube.com/watch?v=Dx\\_trEz\\_Tjk](https://www.youtube.com/watch?v=Dx_trEz_Tjk)
- <https://www.youtube.com/watch?v=e8HyA0gTvhw>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Wuln2bJkp1k>
- <https://www.youtube.com/watch?v=REdfJTJ5Ats>



С помощью анализа информации о покупках и посетителях сайта можно учитывать особенности каждого клиента, предлагая ему вовремя именно то, что он готов купить. Создание наиболее эффективного процесса персонализации — преимущество, которое позволит повысить конверсию веб-ресурса, увеличить продажи и выжить в конкурентной борьбе.



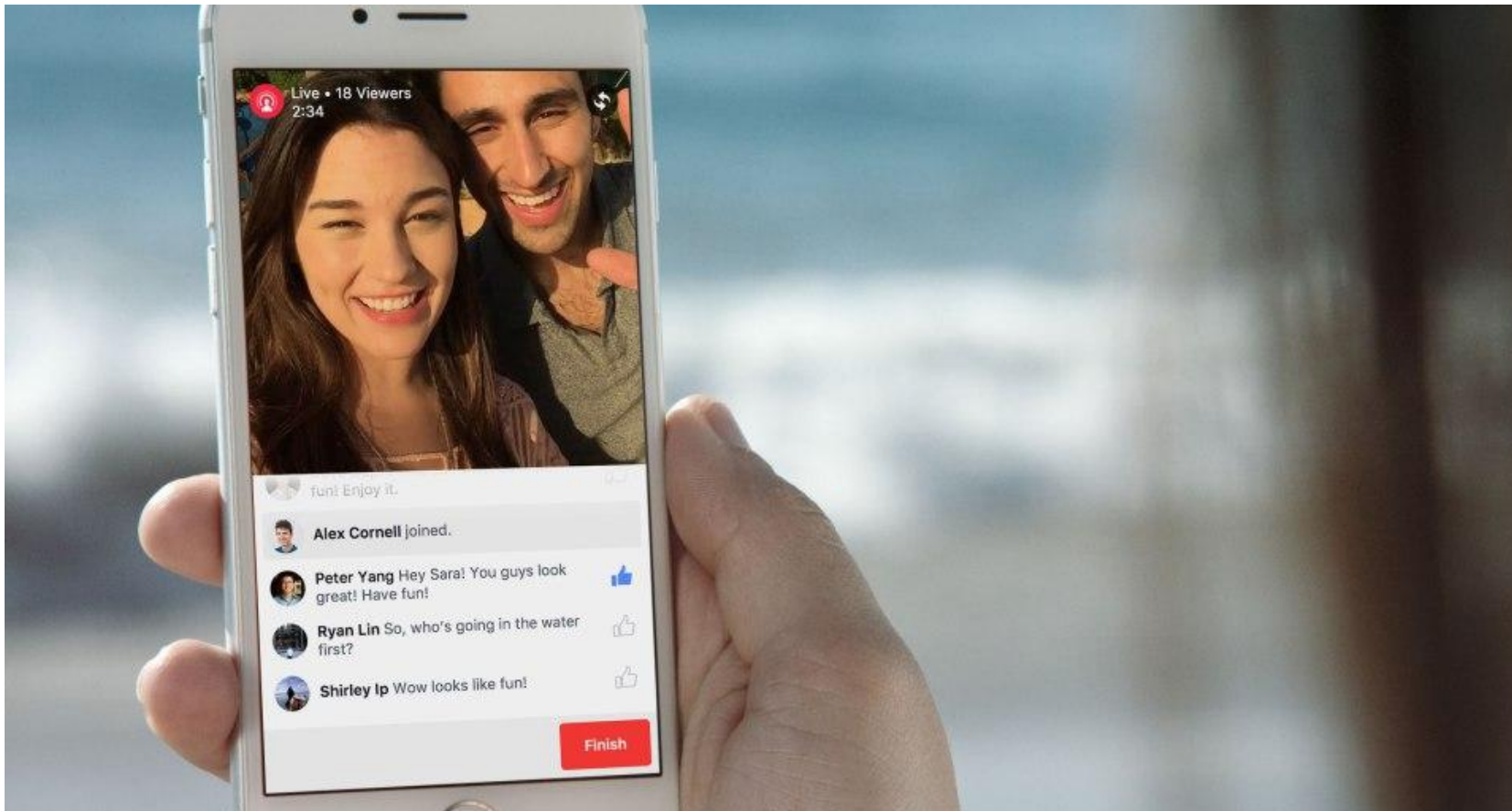
Автоматизация маркетинга

Эта технология представлена программными платформами, которые помогают маркетологам автоматизировать повторяющиеся процессы и задачи. Также она позволяет более эффективно управлять многочисленными онлайн маркетинговыми каналами в режиме реального времени.

Email-маркетинг  
 Генерация посадочных страниц  
 Управление рекламными кампаниями

Интеграция с социальными сетями  
 Аналитика: сбор данных





TITANSOFT

Live Video

facebook

Instagram

Periscope



- Платное продвижение постов
- Размещение товаров
- Реклама в топовых группах
- Таргетированная реклама

## Building a community



Как никогда люди хотят оставаться людьми, и хотят взаимодействовать друг с другом. Для бренда очень важно построить сообщество вокруг себя, завоевать именно тех людей, которые любят ваш бренд. Очень важно понимать отличие толпы от сообщества. Очень важно слышать пользователей и реагировать на их запросы.

Нативная  
реклама

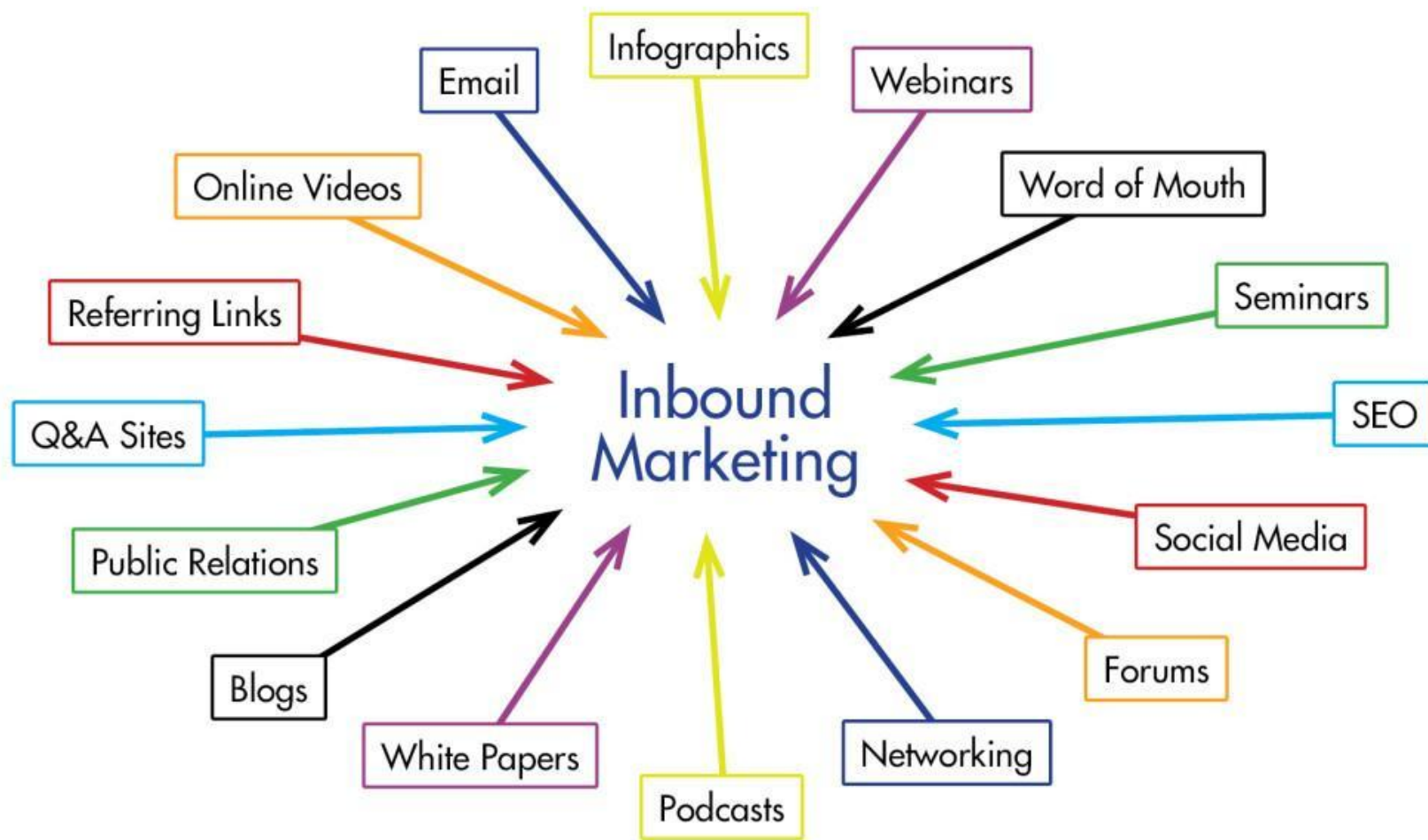
Этот вид рекламы практически неотличим от обычного контента, он не бросается в глаза, не вызывает раздражения и отторжения, как обычная реклама. Скорее, пользователь видит в нем некую полезную информацию для себя, дельный совет, и уже подсознательно хочет применить его на практике.

<https://meduza.io/specials/native>

<https://ok.ru/video/5559616991>

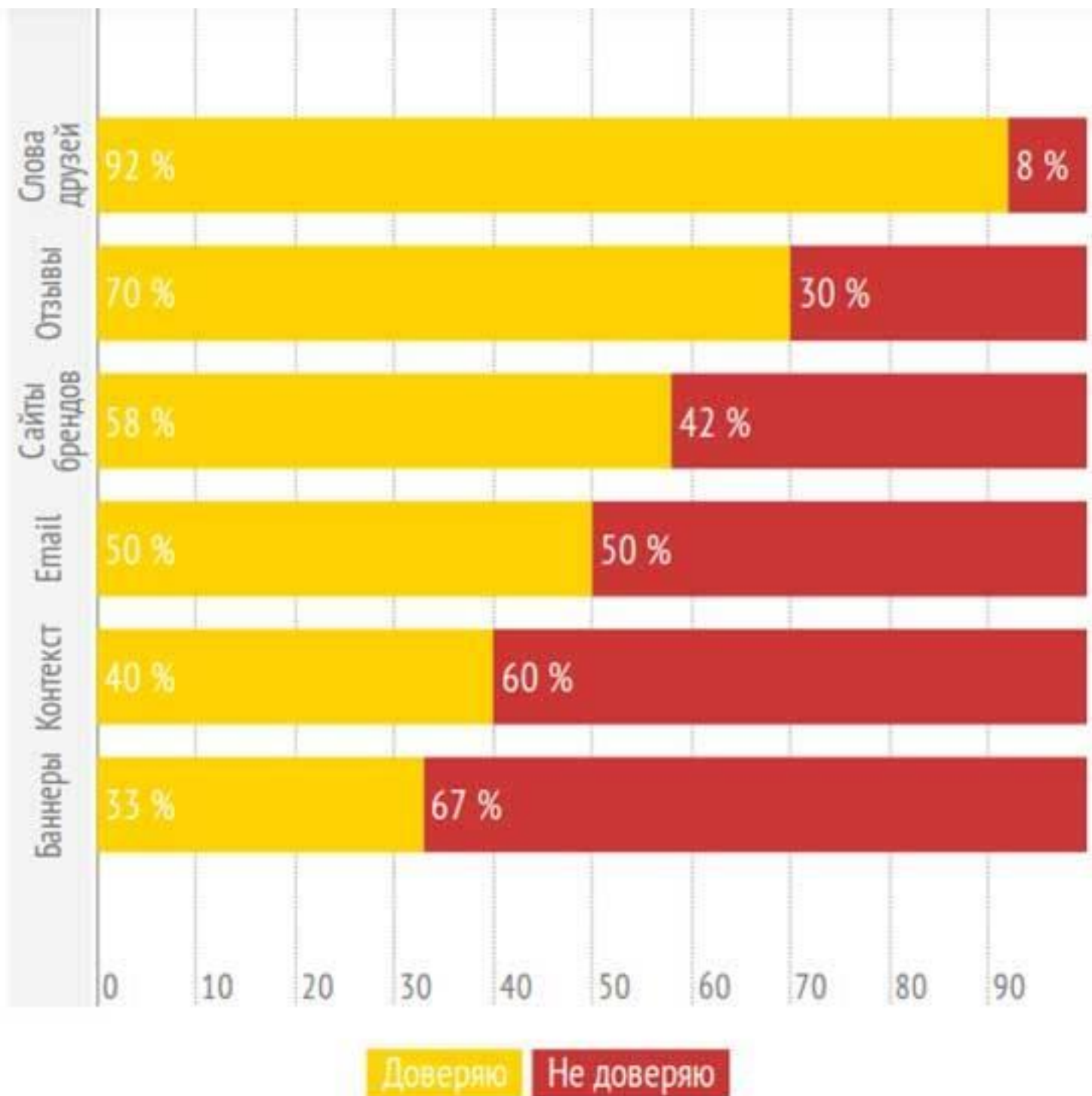
[Что женщины думают о подарках своих  
мужчин](#)

# Inbound маркетинг



Inbound-маркетинг — это продвижение компании в блогах, подкастах, видео, электронных книгах и изданиях, SEO, social media и через другие формы контент-маркетинга. Стратегия inbound-маркетинга заключается в том, чтобы заслужить, заработать интерес пользователей.


Люди не доверяют рекламе







Inbound/  
Outbound  
маркетинг


## THE INBOUND MARKETER VS. THE OUTBOUND MARKETER





**“NEW MARKETING”**  
используется для зарабатывания интереса пользователя а не его покупки



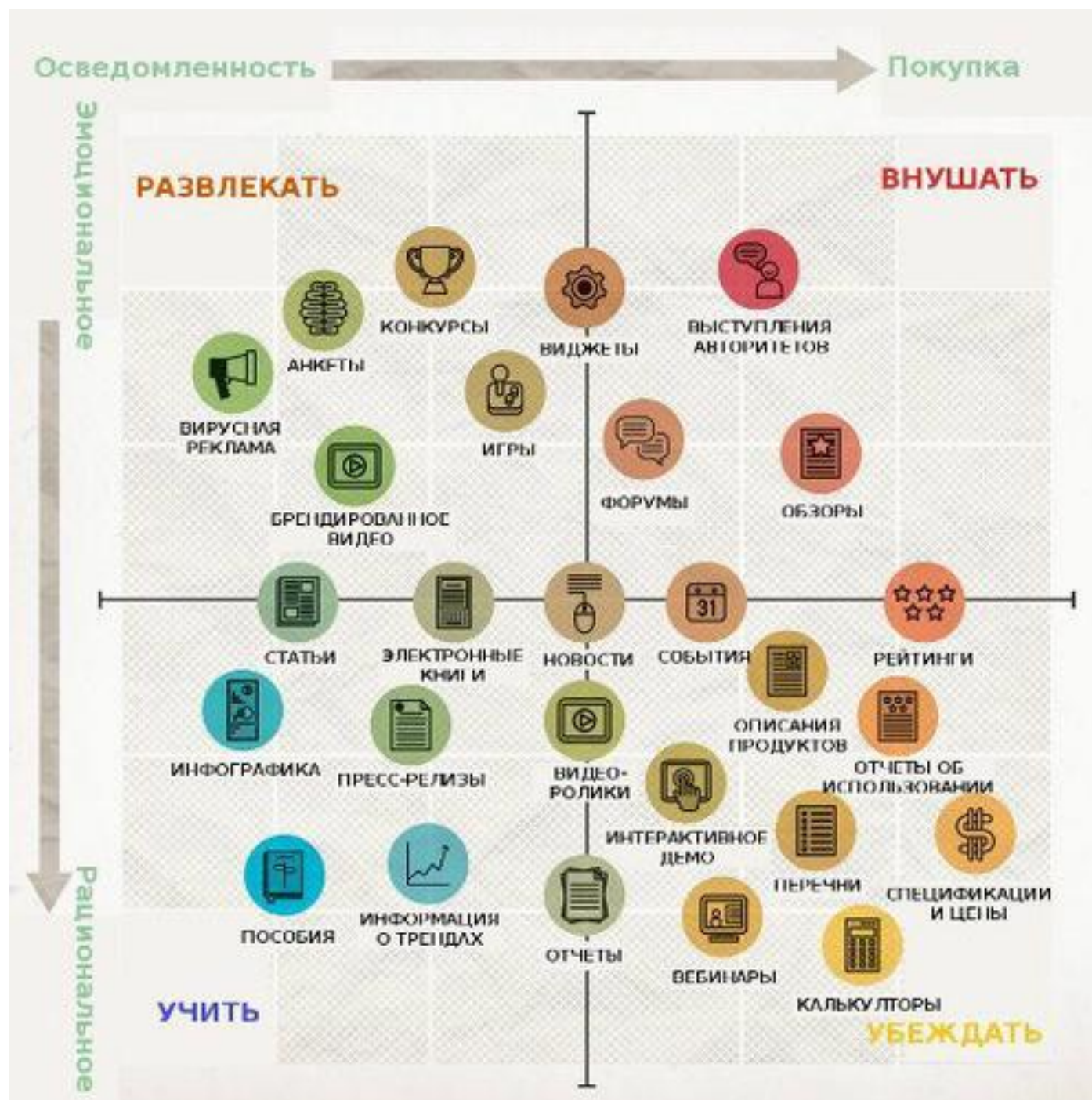
-  Двухсторонняя активная коммуникация
-  Покупатели приходят через поисковик, реферальные обращения, социальные медиа
-  компания предоставляет ценный материал
-  маркетологи развлекают и обучают

**“OLD MARKETING”**  
любой вид маркетинга “проталкивающий” продукт пользователю



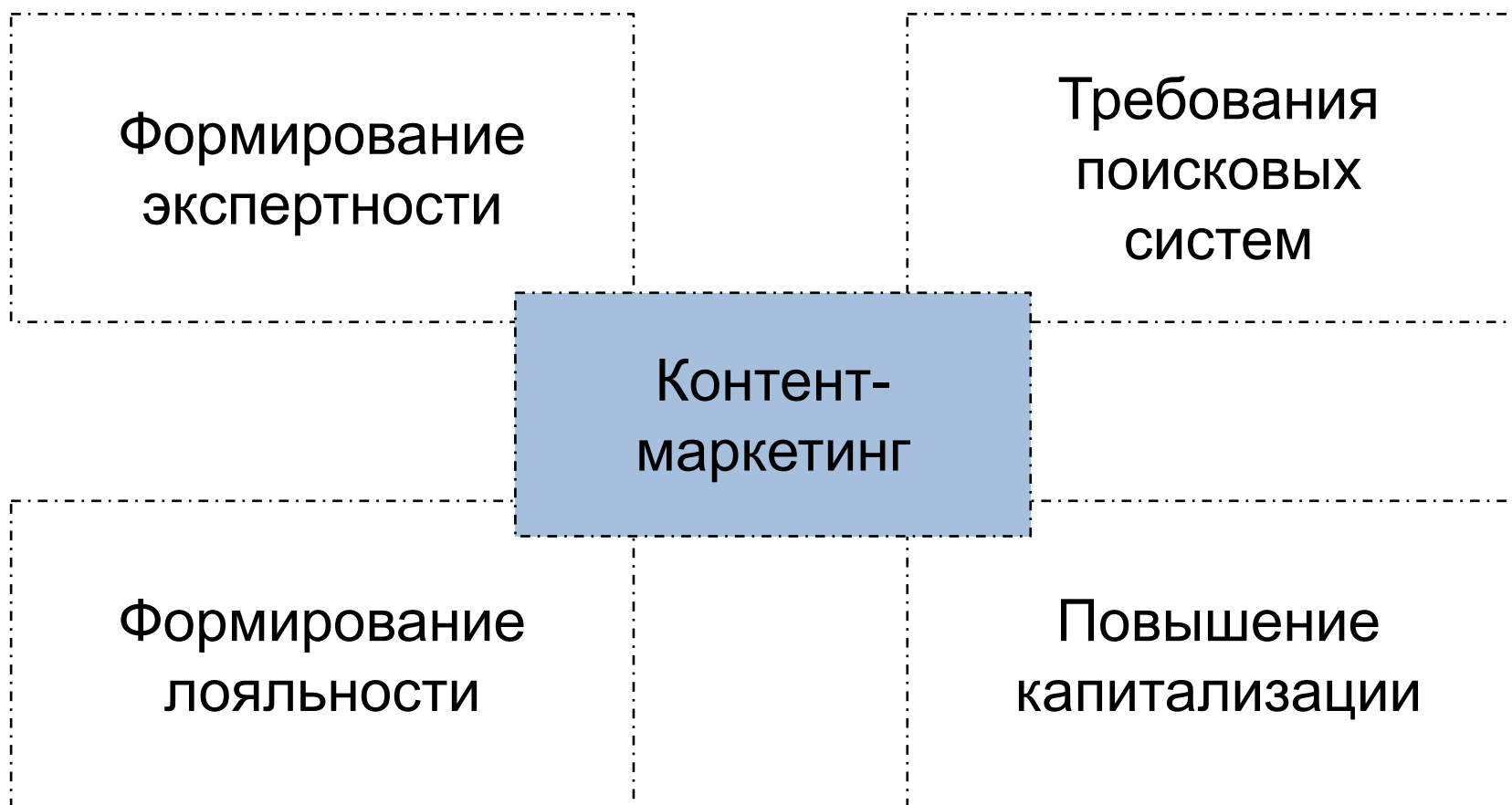
-  Односторонняя коммуникация
-  Покупатели приходят через печатную рекламу, ТВ, радио, баннерную рекламу, холодные звонки
-  Практически не предоставляют ценность пользователю
-  маркетологи показывают продукт

Инструменты  
контент-маркетинга





Inbound  
маркетинг  
механика  
работы



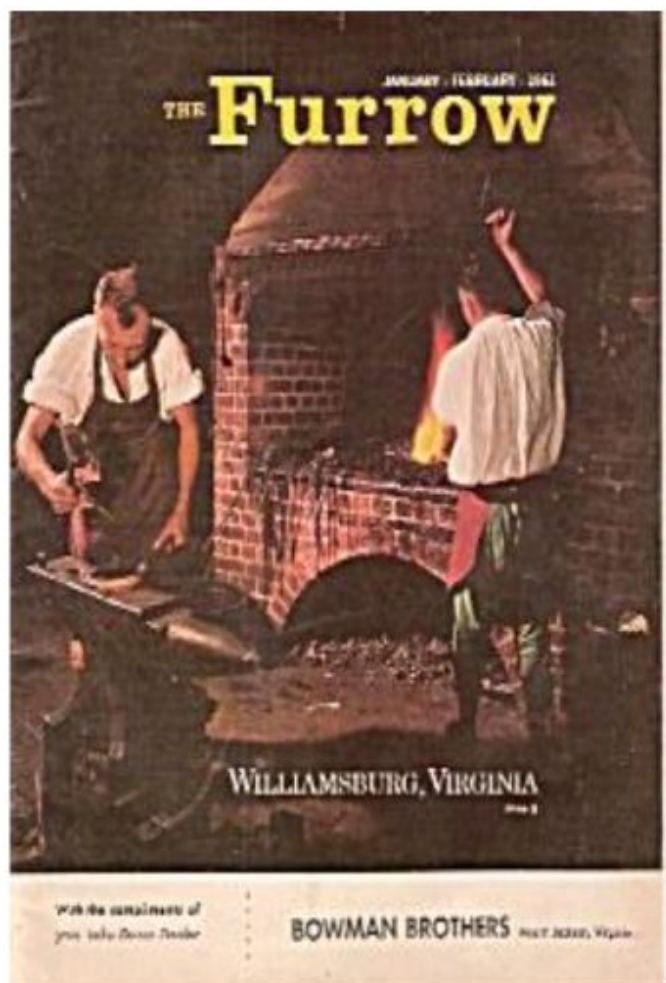
В чем польза  
Inbound  
маркетинг



1891 – Огюст Эткер (August Oetker) на обратной стороне коробков с пекарским порошком для теста писал небольшие рецепты для домохозяек.



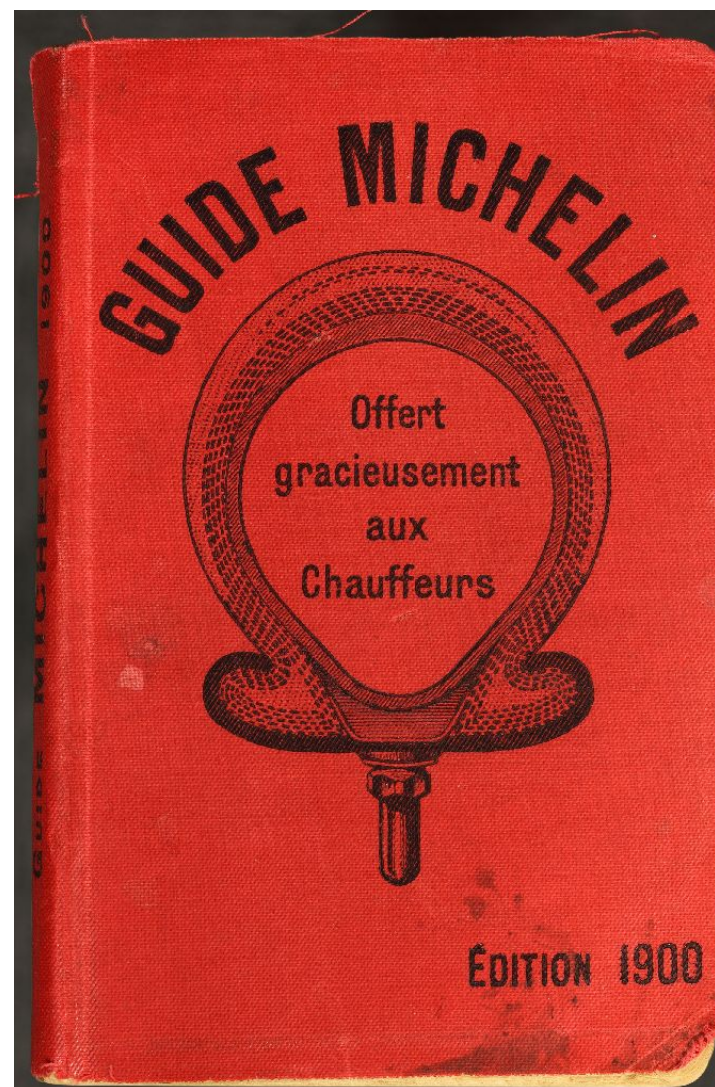
В 1911 он начал публиковать очень успешную книгу рецептов. За последние 100 лет книга претерпела много изменений и является одной из самых популярных и известных книг рецептов в мире (19 млн. печатных экземпляров).



1895 – американская компания, которая производит сельскохозяйственную и лесорубную **John Deere**, выпустила журнал *The Furrow* (борозда), в рассказывала фермерам, как правильно вести сельскохозяйственный бизнес и получать большую прибыль.

Журнал выходит до сих пор. 1,5 млн. читателей в 40 странах, на 12 языках.

1900 – Мишлен ([Michelin](#)) создала инструкцию по ремонту и обслуживанию авто [Michelin Guide](#). Инструкция включала в себя ещё и советы по путешествиям, отелям, ресторанам. Первое издание распространялось бесплатно и разошлось тиражом в 35 000 экземпляров.







THE  
JELL-O  
GIRL

### The Easy-Made Jell-O Desserts

We have been asked, "How did it happen that Jell-O became so quickly 'America's most famous dessert?'" It did not happen. It came about very naturally. We all like something especially good for the end of dinner. When dessert time comes the appetite is pretty well satisfied, but there is usually a little spot left that has not been touched and needs touching to make the dinner a complete success. Jell-O touches that particular spot. This alone should have made Jell-O "America's most famous dessert," but two other reasons for its great popularity are the ten cent price and the fact that a Jell-O dessert can be made in a minute.

It is a dessert for everybody, and is so easily prepared for the table that the housewife or school-girl who never cooked anything in her life can make as fine Jell-O desserts as the most accomplished cook. Women who have made and served hundreds of pies and puddings and other desserts appreciate the saving of time, strength and money which the Jell-O way provides. And it is even more of a help to those who have had little training in the kitchen. Their Jell-O desserts are as good as anybody's.


Jell-O is made in seven different flavors. All are pure fruit flavors, and not the kind that are used in the imitation "jelly powders" which sometimes deceive even very careful people. They are all so pure and good that you cannot make a mistake in choosing any of them. When you have tried them all, you may like some better than others just as you may like one fine fruit better than other fruits, but you will certainly like all of them very much.

The flavors are: Strawberry, Raspberry, Lemon, Orange, Cherry, Peach, Chocolate. Remember, these are the pure natural fruit flavors. Each is in a package by itself and costs ten cents at any grocer's or general store keeper's.

THE GENESEE PURE FOOD CO.,  
LE ROY, NEW YORK.

Always look for the Jell-O Girl on the top of the Jell-O package. If she is not there you are not getting Jell-O, but something else.

1



"Whoopie! It's Jell-O!"

If you want to know whether children like Jell-O or not, ask any child. Mothers say there is nothing to take its place with children, because they like it better than anything else, and two or three "helps" do not upset little stomachs as most desserts do.

There are two very good reasons, besides children's love for Jell-O, why it should be a part of their diet: It is good for them, and tired mothers prepare it more easily than anything else the children like. Being one of the good things to eat that are "good for you," Jell-O is served instead of pie and the heavy and expensive desserts that make so much work and are so hard on stomachs and pocketbooks.

Though Jell-O doesn't have to be cooked and anybody can make Jell-O desserts, the best cooks in America use Jell-O in making their daintiest dishes. Marion Harland says: "Cheapness, simplicity and wholesomeness are among the best qualities of Jell-O." Mrs. Rorer asks: "Why should any woman stand for hours over a hot fire, mixing compounds to make people ill, when in two minutes, with an expense of 10 cents, she can produce such attractive, delicious desserts?"

The flavors used in Jell-O are the pure fruit flavors.

2

1904 - продавец компании [Jell-O](#) ходил от дома к дому, распространяя совершенно бесплатно книгу рецептов. Встроив «рекламу» своего десерта в книгу рецептов повседневной кухни компания отметила рост продаж до \$1 млн. К 1906 (за 2 года).

<https://journal.tinkoff.ru/potop/>

<https://journal.tinkoff.ru/vzhuh-i-prodalas/>

<https://journal.tinkoff.ru/vzlom/>

<https://journal.tinkoff.ru/ipoteka-for-beginners/>

Избирательная кампания Барака Обамы 2008.

Продукт: Малоизвестный темнокожий сенатор со смешным именем

Бюджет: \$500 млн (собраны в виде пожертвований)

Плакат к 41-му президенту США <http://book.nimax.ru/posters/>

Инструмент для оценки проекта <http://www.planningpoker.ru/>

Спецпроект NetCat и Андрея Терехова <http://promo.netcat.ru>

Контентная платформа Банка Точка <https://openplatforma.ru>

Бизнес-форум Альфа Банка <http://alfabusinessweek.ru>

Allinz: страховой разбор известных фильмов

<http://www.allianz.ru/ru/press/news/article11971761>

Группа Грибы (каверы Тает Лед) <https://youtu.be/3d3F450RCM0>

## Откуда брать темы?

1. Из отделов продаж
2. Подсмотреть у других экспертов
3. (и со смежных тематик тоже)
4. Опрос своих клиентов
5. Кейсы
6. В погоне за трендами
7. Из социальных сетей
8. Брейн-шторминг
9. Брать топовый контент с запада
10. и адаптировать к себе
11. Информационные запросы
12. из поискового ядра



Откуда брать  
темы?





- Современные тренды в сфере деятельности.
- Преимущества и недостатки объекта изложения.
- Несколько способов добиться одной и той же цели.
- Собственное мнение относительно конкретного события.
- Подборка советов для начинающих.
- Привязка предмета изложения к знаменитости.
- Конкурс среди читателей.
- Дайджест основных событий за определенный промежуток времени.
- Новый способ решения старой проблемы.
- Разоблачение чьего-то обмана.
- Экскурс в историю или события в прошлом.
- Пример своей работы + разбор.
- Коллекция разных точек зрения на один объект изложения.
- Забавные способы использования объекта изложения.
- Открытие, которое вы совершили в последнее время.
- Биография известного в ваших кругах человека.
- Экспертное заключение.
- Введение нового термина, техники, формулы + их трактовка.
- Прогноз какого-то явления или события.
- Проведение опроса с последующим освещением его результата.

Что еще  
писать?

# НАЧАТЬ РАБОТУ ПРОЩЕ, ЧЕМ КАЖЕТСЯ.

Звоните нам

+7 (343) 217-80-79

+7 (922) 169-20-20

Пишите нам

[sales@titansoft.ru](mailto:sales@titansoft.ru)

[pv@titansoft.ru](mailto:pv@titansoft.ru)

Наш адрес

Екатеринбург,

ул. Тверитина, д. 44, 1 этаж

 [facebook.com/titansoft.ru](https://facebook.com/titansoft.ru)

 [vk.com/titansoft\\_ru](https://vk.com/titansoft_ru)

 [instagram.com/titansoftagency/](https://instagram.com/titansoftagency/)