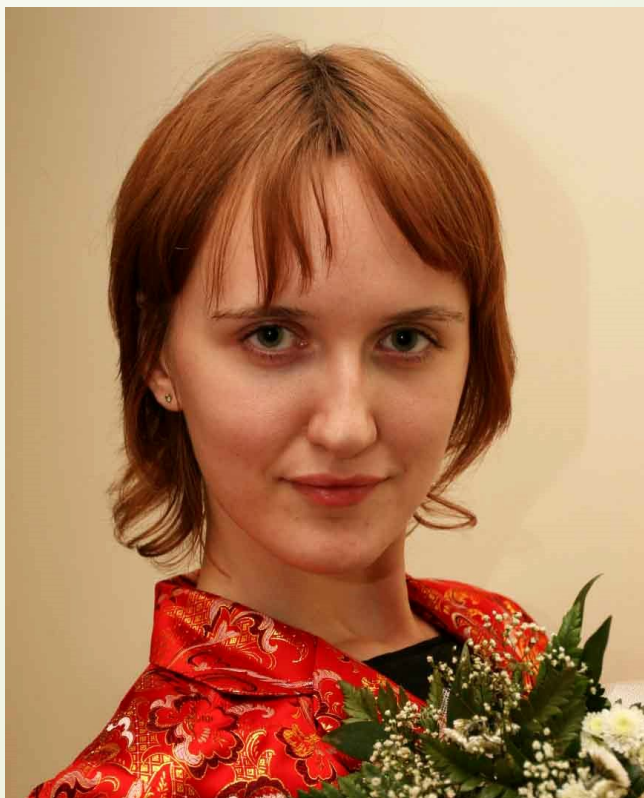




Продвижение ВКонтакте

Занятие 1

Галкина Татьяна



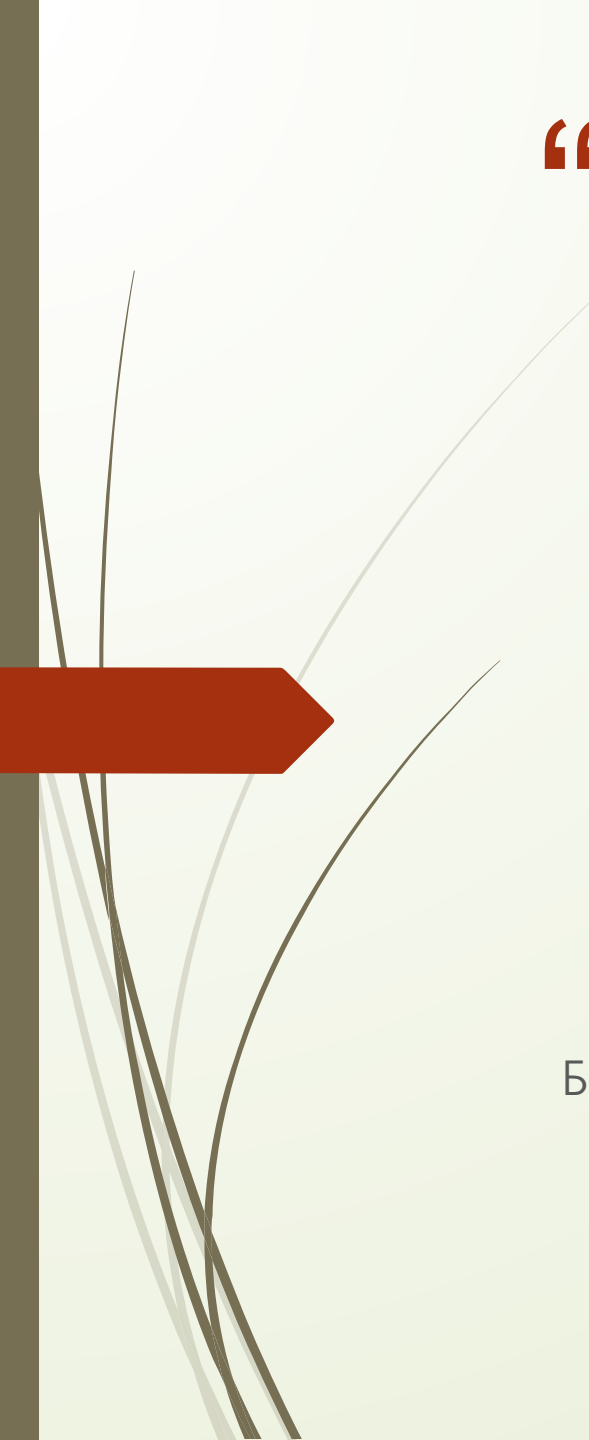
- Закончила факультет документационно-информационных коммуникаций в ПГИИК
- Выпускница курсов «Администратор Вконтакте», «Дизайн соцсетей», «Копирайтинг Landing Page»
- Студентка курса «Таргетированная реклама»
- Продвижение Вконтакте с 2014 г.



Контакты



- ☐ Тел.8-908-254-19-94
- ☐ Skype: galkinatatyana
- ☐ Viber: 8-908-254-19-94
- ☐ ICQ: 353-252-850
- ☐ E-mail: tatyanasgalkina@gmail.com
- ☐ VK: https://vk.com/galkinatatyana_smm




“ В будущем на рынке
останется два вида
компаний:
те, кто в интернете,
и те, кто вышел из бизнеса. ”

Билл Гейтс



Социальная сеть

- это онлайн-сервис, сайт, позволяющий создавать социальные связи, строить взаимоотношения, распространять информацию и др.



□ практически неограниченные возможности для обмена самой разнообразной информацией:

□ текстовой,


□ фото,

□ видео;

□ сервисы сообществ и микроблогов;

□ возможность указывать место,

□ возможность отмечать фотографии и т.д.)

- 
- индивидуальные профили с максимальным количеством личной информации (ФИО, вуз, место работы, фото и т.д.)



- добавление в “друзья”

- по принципу наличия реальной связи (друзья, знакомые, одноклассники-одногруппники, родственники и т.д.)

- по принципу схожести интересов (группы, сообщества и т.д.)



Другие возможности пользователей в СС

- отслеживать связи между своими “друзьями”
- вступать в различные сообщества
- создавать группы
- открывать или закрывать для всеобщего доступа информацию своего профиля
- комментировать контент,

и др.



Люди приходят в социальные сети,
чтобы

РАЗВЛЕКАТЬСЯ!




Основы продвижения в СС

Воронка продаж





Задачи продвижения

- Увеличение прибыли
 - Обратная связь с клиентами
- 




Цели

- Продажа рекламы
- Продажа товаров и услуг
- Формирование подписной базы
- Лояльность клиентов



Формат работы

- Внутри социальной сети
 - Выводим пользователя на сайт
 - Смешанный формат
- 



Позиционирование сообщества

- По интересам
- Коммерческое позиционирование
(по бренду)
- Блог
- Смешанное




УТП (уникальное торговое предложение)

- коротко сформулированное сообщение об услуге, товаре либо всей компании, которое выделяет их из ряда аналогичных и служит для клиента стимулом совершить покупку.




3 условия создания УТП

- Первое условие – подчеркните уникальность своего товара (услуги)
 - Второе условие – клиент должен понимать свою выгоду.
 - Третье условие – значимость обещанной выгоды.
- 




Примеры УТП

- «Шоколад, который не тает в руках» (M&Ms);
- «Отчистит пятна, с которыми другие не справятся» (Comet);
- «Найдете процент меньше – мы готовы вернуть разницу!» (реклама кредитных агентств);
- «Страховой полис на ребенка – за полцены!» (реклама страхования жизни);
- «Если не доставим за 60 минут, пицца бесплатно» (ДоДо Пицца).



3 кита продвижения

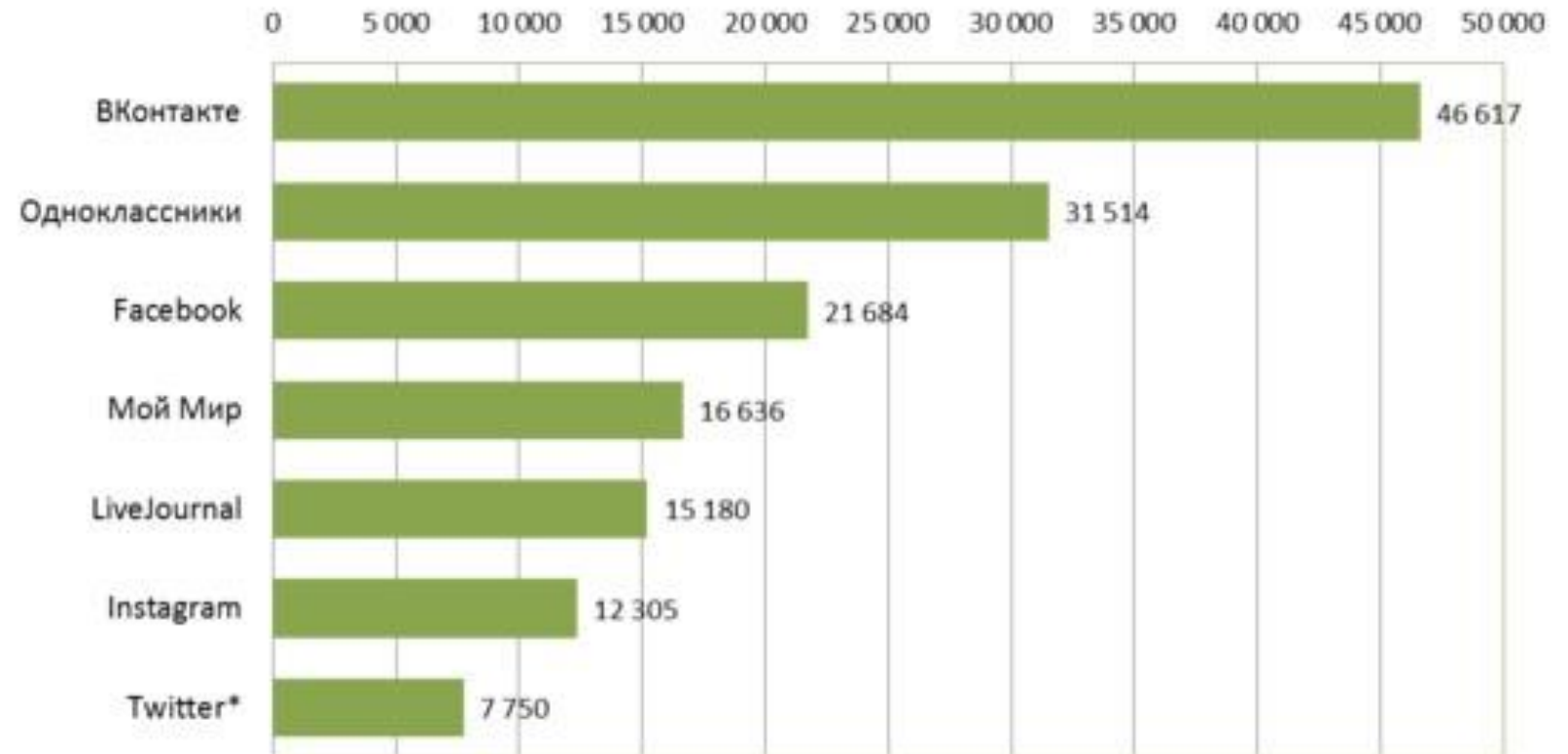
- Качественный контент
 - Постоянное присутствие в СС
 - Работа с негативом
- 



Место Вконтакте в СС

АУДИТОРИЯ ЗА МЕСЯЦ, ТЫС. ЧЕЛОВЕК

Россия, 12-64 лет, ноябрь 2015



<http://br-analytics.ru/>

В КОНТАКТЕ

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

46 617 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

18 798 900

ПОЛ АВТОРОВ**



43,7%



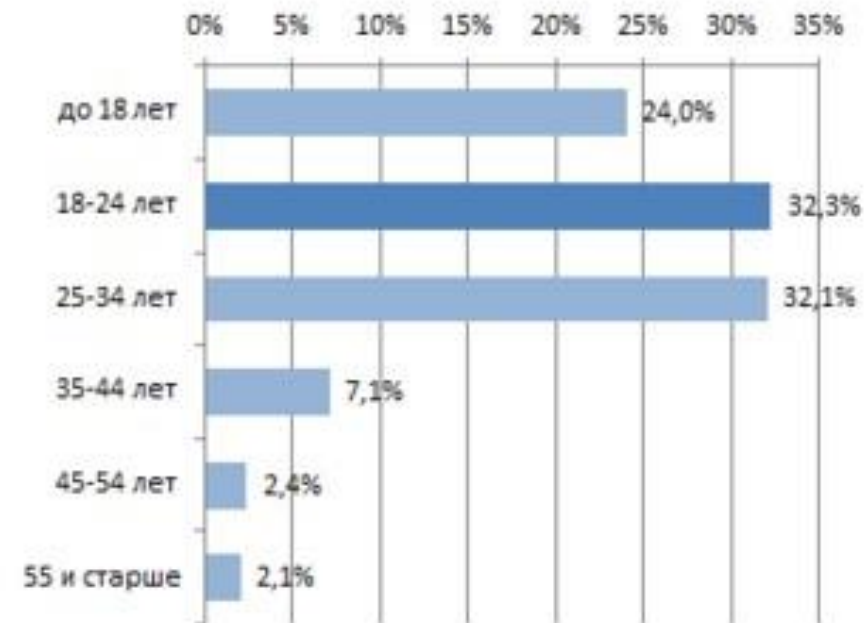
56,3%

*TNS Web Index, ноябрь 2015

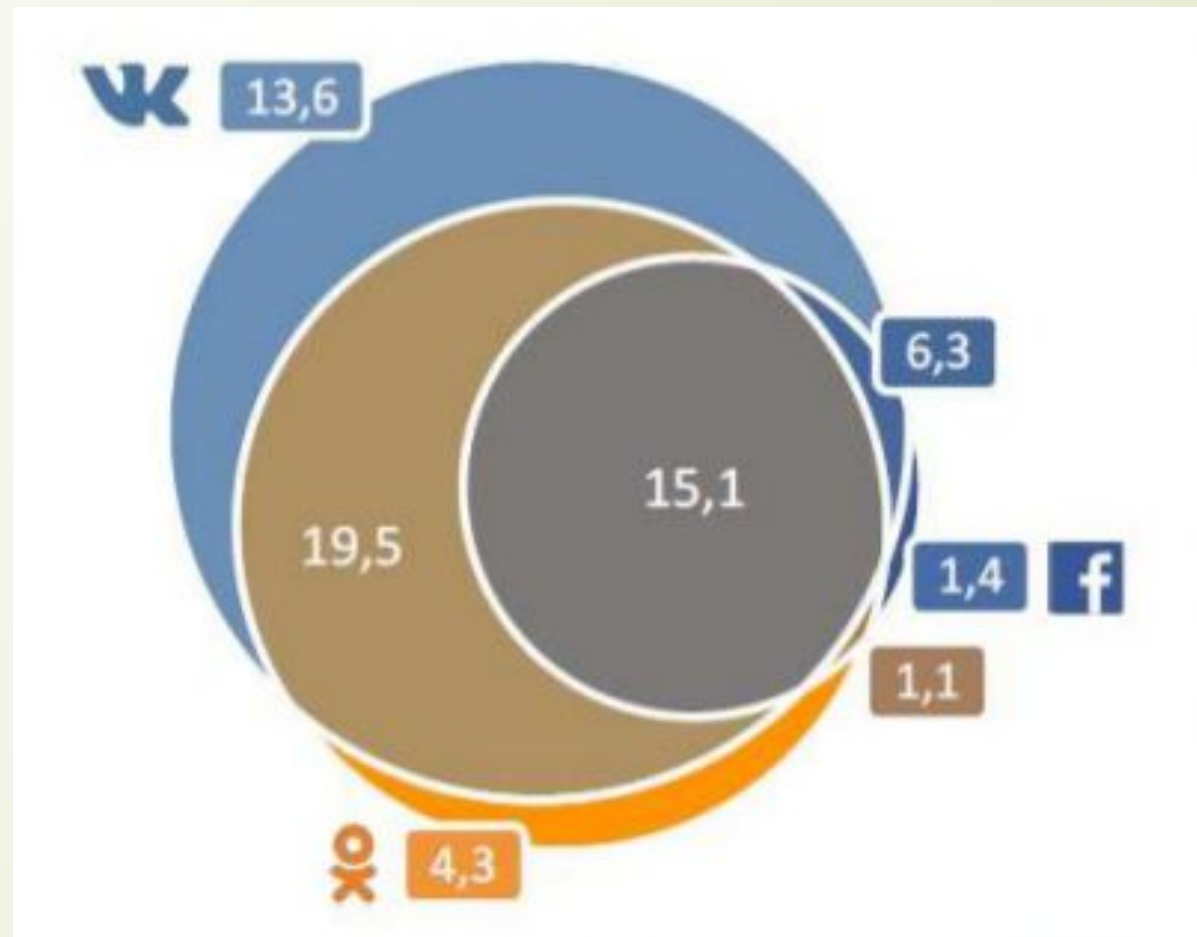
**Brand Analytics, декабрь 2015

ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 32,7% авторов)



<http://br-analytics.ru/>




Пересечение аудиторий

TNS Web Index




Виды сообществ Вконтакте

- Группа
 - Публичная страница
- 




Группа Вконтакте

- Может быть Открытая, Закрытая, Частная
- Есть блок Новости-Меню
- Есть возможность создать мини-сайт при помощи вики-разметки
- Можно приглашать друзей
- В ленту новостей подписчиков транслируются записи на стене и комментарии к ним
- Нет строки Дата основания, есть строка Страна, Город
- Подходит для продвижения среднего и малого бизнеса



Публичная страница

- По умолчанию открыта для всех (даже для незарегистрированных пользователей)
- Нет блока Новости-Меню, но можно сделать внутренние страницы обходными путями
- Нет функции “Пригласить друзей”
- Обсуждения из сайд-бара нельзя перенести и закрепить на главной соответственно. Темы обсуждений не закрепляются.
- В ленту новостей подписчиков транслируются только записи от администраторов страницы (комментариев в личной ленте новостей не видно даже, если они есть)
- Есть строка Дата основания, нет строки Страна, Город
- Подходит для продвижения больших брендов и популярных личностей
- Требуется достаточно крупных вложений для продвижения



Личный профиль* (в качестве сообщества)

- Можно добавлять в «друзья» целевую аудиторию
- Больше доверия со стороны пользователей – имитация «живого» пользователя
- Приглашение в «друзья» может быть расценено как спам
- Не доступны другие способы продвижения (только добавление в «друзья»)
- Не доступна часть функционала сообществ (обсуждения)

*Создание коммерческих профилей (личных страниц ненастоящих людей) запрещено правилами «ВКонтакте». Такой аккаунт может быть забанен в любой момент. Исключение: продвижение себя в качестве бренда



Домашнее задание

- Продумать свое позиционирование, УТП
 - Написать, с помощью какого сообщества или личного профиля будете продвигаться. Обоснуйте, почему.
- 