

Первая Всероссийская научно-практическая
конференция ИНТЕГРАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТНУЮ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОДЫХ
СПЕЦИАЛИСТОВ



РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

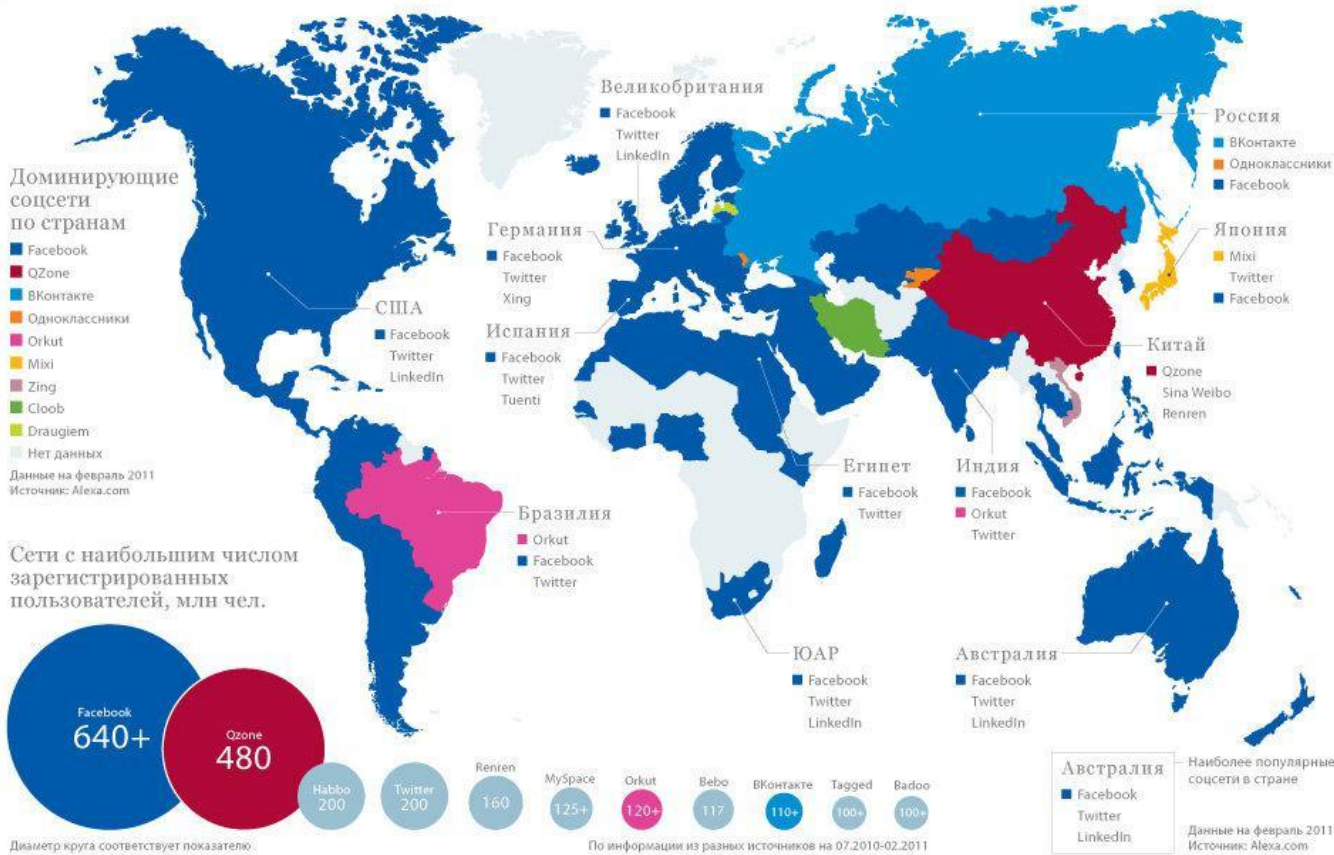
Колледж декоративно-прикладного искусства им.К.Фаберже
Преподаватель спец.дисциплин Сутуга О.Н.

До последнего времени Интернет не рассматривался рекламодателями как важная рекламная платформа, хотя многие крупные рекламные кампании имели и имеют весьма существенную Интернет-поддержку.

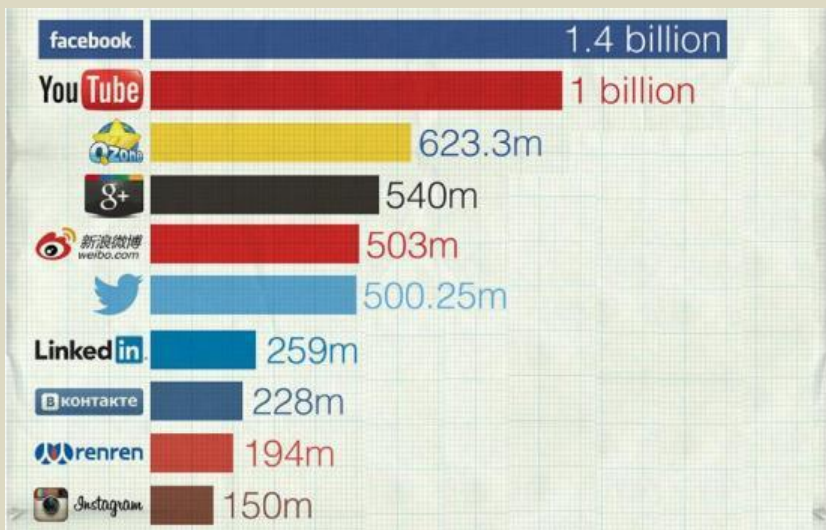
Тем не менее быстрое развитие всемирной сети и некоторые особенности Интернет-рекламы заставляют предположить, что постепенно политика рекламодателей в отношении использования Интернета будет пересматриваться.

Миллионы людей ежедневно проводят свой досуг в социальных сетях, и количество новых пользователей увеличивается с каждым днем. Поэтому реклама в социальных сетях невероятно эффективна, при этом она – относительно недорогая.

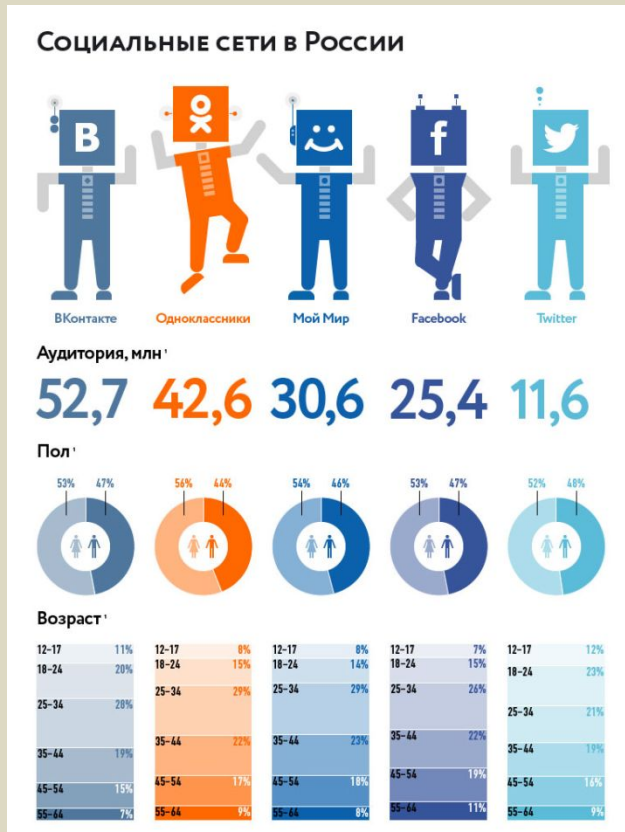
Распространение социальных сетей в мире



Рейтинг социальных сетей



Социальные сети в мире





КАТЕГОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

□ Общего формата



Это наиболее многочисленные социальные сети.

К ним можно отнести российские «ВКонтакте» и «Одноклассники» и англоязычные Facebook и Bebo.

Основная цель данных ресурсов — коммуникация между людьми: обмен сообщениями, фотографиями, музыкой, видео.

Реклама в соцсетях такого типа может проводиться вне зависимости от целевой аудитории продукта или вы можете задать свои условия. Второй вариант — продвижение внутри тематических сообществ.

□ Профессиональные



Такие сети ориентированы на общение среди представителей определенной профессии.

Здесь нередко можно найти новую работу или сотрудников в свою фирму. В профессиональных сетях публикуют корпоративные отчеты с рабочих мероприятий, в ленте зачастую можно увидеть новостные публикации и пресс-релизы. В рунете наиболее популярными сетями такого формата являются «Мой круг», «Профессионалы» и Rb.ru, а среди англоязычных ресурсов пользуются популярностью XING и LinkedIn.

□ По интересам



Не менее популярны и соцсети, основой объединения пользователей в которых является любовь к тем или иным жанрам музыки, литературы, сериалам или кинофильмам.

Среди россиян наибольшей популярностью пользуются два ресурса: MySpace и Last.fm. Среди мировых лидеров, пока не начавших работу в России, можно выделить MyAnimeList. Реклама в социальных сетях по интересам предполагает определенную тематичность.

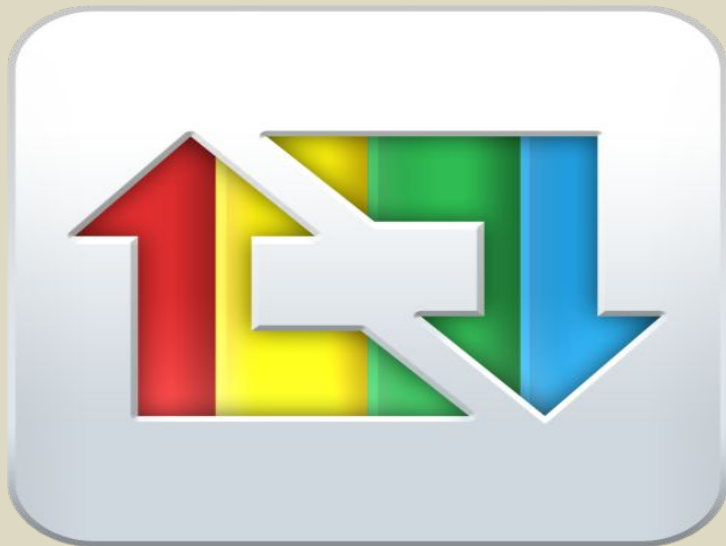


last.fm



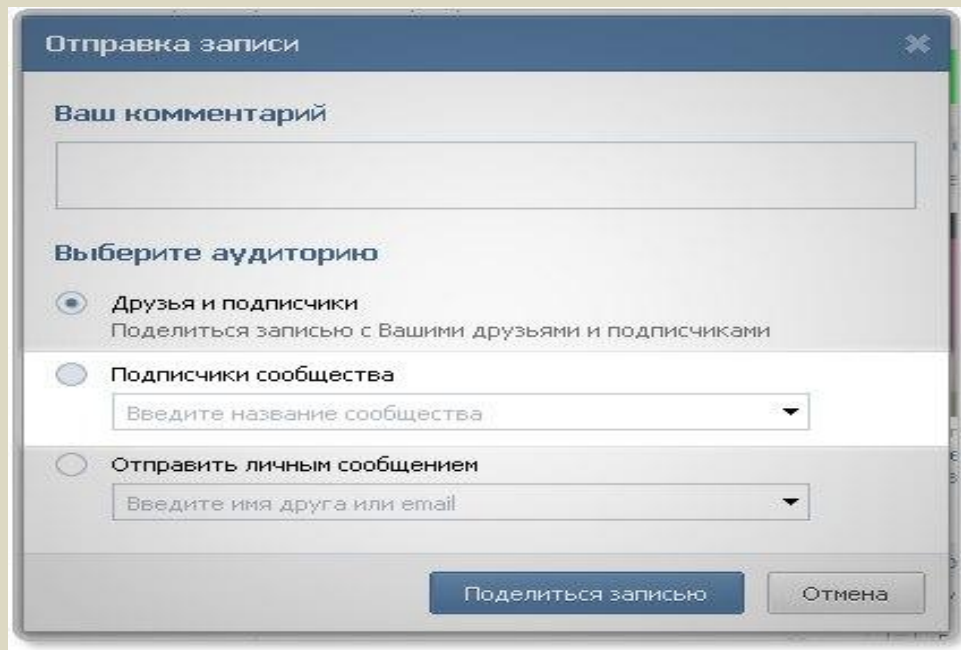
ПРИЕМЫ И СПОСОБЫ

Постинг



К числу самых популярных методов рекламы в социальных сетях относится постинг. Под этим термином понимается размещение комментариев и сообщений с элементами скрытой рекламы в близких по теме группах, сообществах, заметках и т.д.

Постинг



Отправка записи

Ваш комментарий

Выберите аудиторию

- Друзья и подписчики
Поделиться записью с Вашими друзьями и подписчиками
- Подписчики сообщества
Введите название сообщества
- Отправить личным сообщением
Введите имя друга или email

Поделиться записью Отмена

Важнейшая особенность такой разновидности скрытой рекламы - это повышенная информативность. Сама реклама в этом случае расценивается в качестве побочной, а главный посыл сообщения привлекает аудиторию, предлагает актуальную информацию, дает ответы на важные вопросы.



••• Приют для животных Островок надежды СПб

14 апр 2015 в 0:25

СПб. ПОМОГИТЕ СПАСТИ ПРИЮТ!

В приюте для собак работают 5 человек. Задолженность по зарплате более 200 тыс. Нет выплат уже два месяца. Два работника собрались уходить, удержать не возможно. Бесплатно работать по 12-13 ч никто не будет. Других доходов у людей просто нет... Работа очень тяжёлая, ответственная, при любых погодных условиях. Терять этих людей мы не можем, но и выплатить задолженность по зарплате - нечем. Просим совета как спасти приют в данной сложившейся ситуации. Без работников приют придётся закрыть. Но куда определить животных, как сохранить им жизнь? От нас с Вами сейчас зависит судьба приюта. У кого есть возможность пойти к руководству на своей работе и попросить помощи для приюта, у кого есть мысли, идеи, или возможности, - будем благодарны за любую помощь. Мы должны их спасти! Сейчас не то время, когда можно просто читать новости о приюте и радоваться за пристроенных животных. Надо спасать приют!

89500384419, Екатерина, директор приюта "Островок надежды"

Реквизиты приюта https://vk.com/topic-12982056_27567717



"завтра" может никогда не наступить...



ПОМОГИ
СЕГОДНЯ

14 апр в 14:41 | Ответить

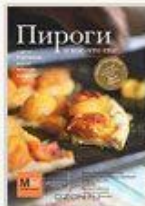
Мне нравится ❤️

Конкурс фотографий

1. Вступите в группу Алимеро.ру вконтакте
 2. Загрузите фотографию своего рецепта в альбом группы
 3. Отметьте себя на загруженной фотографии
- и выиграйте призы!**



1 место



2 место



3 место

Для большей активности клиентов компании обычно проводят в социальных сетях конкурсы с ценными призами, таким образом, повышая интерес существующих клиентов. Многие создают интерактивные проекты, проще говоря, приложения. Потребители чаще всего рады новым оригинальным возможностям. Все это относится к нестандартному виду продвижения.



Молодёжный театр на Фонтанке

27 мар 2015 в 14:33

МОЛОДЁЖНЫЙ ТЕАТР НА ФОНТАНКЕ РАЗЫГРЫВАЕТ ГОДОВОЙ АБОНЕМЕНТ!

Молодёжный театр на Фонтанке объявляет открытым розыгрыш абонемента на два лица на бесплатное посещение спектаклей театра в течение всего 37-го сезона (август 2015-июнь 2016 года).

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ:

- ✓ Сделать репост этой записи и не удалять его со стены до окончания розыгрыша (1 июня 2015)
- ✓ Отправить заявку на участие по электронному адресу viktorina@mtfontanka.spb.ru. Заявка считается действительной, если письмо содержит ссылку на вашу страницу ВКонтакте, и на странице есть репост записи.

Конкурс пройдёт в несколько этапов.

Первый этап – приём заявок – продлится до 7 апреля 2015 года.



7 апр в 12:58 | Ответить

Поделиться

Мне нравится

Контекстная реклама

The image shows a screenshot of a social media profile page. On the left side, there are several advertisements. Two of these ads are circled in red. The first circled ad is for a parachute jump, with the text: "И не прыгали с парашютом? Прыжок в Москве со скиндропом 70%!". The second circled ad is for "Яндекс Директ" (Yandex Direct), with the text: "Яндекс Директ, Продвижение сайтов, Реклама ВКонтакте, Сайты". The main profile content includes sections for "Друзья" (111 friends), "Друзья онлайн" (12 friends), "Активность", "Интересы", "Образование", "Карьера", and "Место работы".

Почему такая реклама называется контекстной? Дело в том, что реклама в блоке будет зависеть от контекста Ваших запросов. Это значит, что если Ваш запрос посвящен продажам, то и рекламироваться будут тоже продажи.

Сообщества



Ещё одна возможность для рекламной кампании в соцсетях - это создание тематических пабликов (групп). Такое сообщество может параллельно решать несколько задач:

- прямо рекламировать компанию, её товары и услуги;
- предлагать пользователям востребованный сервис;
- консультировать;
- выступать площадкой для общения на определенные темы.

Таргетированная реклама

The image shows a screenshot of a social media profile page. The profile name is "СЛИМАРТ" (SLIMART). The page features a navigation bar at the top with icons for home, messages, and other functions. The main content area includes a profile picture, a bio, and a list of posts. A red arrow points to a section of the page containing several targeted advertisements:

- СКИДКА 20% ПО ДИСКОНТНОЙ КАРТЕ**: Advertisement for a 20% discount on a discount card.
- Nissan Juke**: Advertisement for the Nissan Juke car, highlighting its sporty design and performance.
- Хит-сезона мини платья!**: Advertisement for fashionable mini dresses.
- Отдаем 450 000 руб!**: Advertisement for a loan or credit offer.

A red arrow points from the text "Рекламные таргетированные объявления" (Targeted advertisements) to these ads.

Таргетированная реклама – это «фильтрация» всей аудитории социальной сети по заданным критериям. Социальная сеть позволяет подобрать аудиторию по:

- возрасту
- полу
- географическому расположению
- месту учебы, работы
- Интересам

Таргетированная реклама

The image shows a VKontakte profile page for 'Андрей (sitko) Ситко'. The profile information includes:

- Day of birth: 7 июня 1980 г. (highlighted with a red box and an arrow pointing to the text 'Нацеливание на аудиторию в возрасте "31 год"')
- Home town: Челябинск
- Relationship status: в активном поиске
- Contact information: Челябинск, +79227055505, Skype: yasitko, 434306, uasitko
- Education: Уверенные
- Work: ЮрГУ '02, Архитектурно-строительный, Строительный механики, Дневное отделение, Выпускник (педагогист)

Two red boxes with arrows point to specific advertisements on the left side of the page:

- The top box highlights an advertisement for 'Вам 31? Кредит под 12%' from online.bnbank.ru. The text '31 год?' is highlighted, with an arrow pointing to the text 'Нацеливание на аудиторию в возрасте "31 год"'. Below the ad, it says 'Все остальные возрастные группы эту рекламу не увидят'.
- The bottom box highlights an advertisement for 'Осень на носу!' from kurivoli. The text 'Стильные мужские ветровки со скидкой до 80%' is highlighted, with an arrow pointing to the text 'Нацеливание на мужскую аудиторию'. Below the ad, it says 'Женская аудитория эту рекламу не увидит'.

Таргетированная реклама позволяет максимально точно «нацелиться» на потенциального покупателя. Кроме того, ориентация только на тех, кому интересно ваше предложение, позволяет значительно сократить рекламный бюджет.

Вирусный маркетинг



Art-Gallery-Photography

Фотограф: Rachel Papo

Эти дети проводят большую часть своей юности в условиях жесткой конкуренции. Они — ученики балетной школы.

«Пятнадцатилетняя Катя очень огорчена. На этой неделе состоится большая международная конференция. Академию русского балета ин.Вагановой посетят выдающиеся танцоры со всего мира. Отличная возможность для учеников школы показать себя в лучшем свете. Выступление Катини группы вот-вот начнется, и ей велели покинуть класс. Она травмировала плечо и не может выступать. Плечо болит, но она привыкла к боли...»



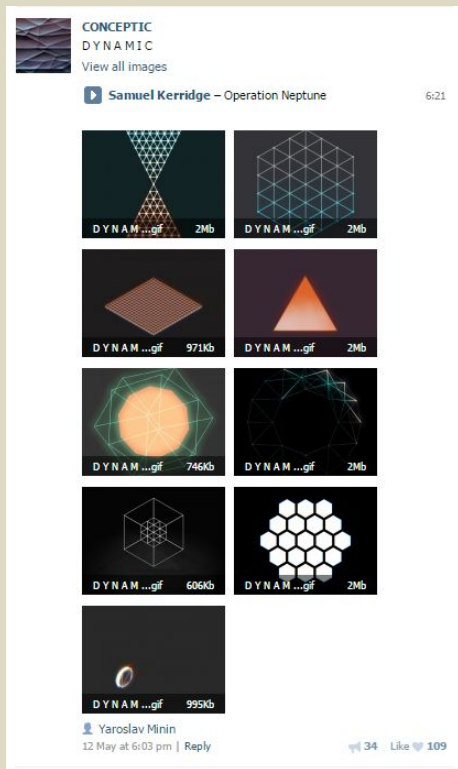
Nikolay Zhukov

10 May at 5:00 pm | Comment

Share 7 Like 93

Под ним подразумевается попытка извлечь максимальный эффект за счет того, что основным распространителем контента выступает сам его получатель. Лайки, твиты, функции "Поделиться" и "Рассказать друзьям" - все это инструменты, которые призваны помочь маркетологу обеспечить отличный охват при минимальной цене контакта с потенциальным клиентом.

Вирусный маркетинг



Создание вирусных инфоповодов, контента, вирусных сайтов, распространение мемов (информационных объектов – картинки, ролика, символа, - которые быстро расходятся по Сети и RL и приобретают широкую известность). Чаще всего вирусная реклама подразумевает распространение видеоролика. Для начала необходимо сделать залив в специализированные социальные сети (YouTube, Vimeo, RuTube).

Партизанский маркетинг



Свою роль в этом играет человеческий фактор – люди доверяют отзывам друг друга больше, чем рекламе или заказной статье.

Создается аккаунт выдуманного человека. «Герой» активно участвует в сообществах, общается с пользователями, поддерживает диалоги, постоянно расширяет свой круг общения и в подходящий момент начинает высказывать «независимое» мнение и продвигать продукт или услугу.

Приложения в социальных сетях

В Рунете очень распространенными являются приложения «ВКонтакте» – некоторыми из них пользуются миллионы людей. Многие компании специально заказывают собственные приложения для привлечения целевой аудитории и продвижения своей группы. Это очень эффективно, но дорого, поэтому редко используется фирмами, которые находятся на начальном этапе своего развития.

Проведение интерактивных акций

- виртуальных флешмобов
- вебинаров
- опросов
- консалтинговых акций (с привлечением экспертов), акций тестирования
- игр в соцсетях,
- а также эксклюзивных условий для пользователей ресурса компании (бесплатные посещения, скидки и т.д.)

ПРЕИМУЩЕСТВА

НЕДОСТАТКИ

1. Пользователи не относятся к продвижению в социальных сетях, как к рекламе, они доверяют этой информации больше, чем рекламным объявлениям.

2. Наличие обратной связи с целевой аудиторией, что позволяет быстро реагировать на пожелания/замечания потенциальных клиентов.

3. Более широкий и точный охват целевой аудитории.

4. Возможность выбора целевой аудитории с высокой степенью точности.

5. Относительно низкая стоимость рекламного контакта (в разы дешевле рекламы в прессе, при больших охватах дешевле рекламы на ТВ).

1. Не дает мгновенных результатов, для достижения видимого результата может потребоваться значительный промежуток времени.

2. Для обеспечения долгосрочного результата необходима постоянная работа: обновление информации, публикация новостей, авторских статей, постов и т.п.

3. Невозможность точного расчета бюджета рекламной кампании, суммарная стоимость зависит от множества внутренних и внешних факторов.