

PR-МЕРОПРИЯТИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**для позиционирования
местного малого и среднего бизнеса**



ЮЛИЯ МАКАРЕВИЧ

- ПРЕПОДАВАТЕЛЬ КАФЕДРЫ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» «Т.
- ПРАКТИКУЮЩИЙ PR-СПЕЦИАЛИСТ





ПОСТ-ВОПРОС

Пост-вопрос – мероприятие в сети Интернет, целями которого являются мониторинг мнений целевых аудиторий по отношению к бренду / товару / услуге, а также формирование первоначального интереса и напоминание о бренде / товаре / услуге представителям

ЗАДАЧИ:

1) ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ИНТЕРЕСА К ТОВАРУ / УСЛУГЕ;

2) НАПОМИНАНИЕ О ТОВАРЕ / УСЛУГЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

Сферы бизнеса в которых наиболее эффективен пост-вопрос

КРАСОТА

ЗДОРОВЬЕ

СПОРТ

ТРЕНЕРСТВО
КОУЧИНГ
КОНСУЛЬТАЦИИ
ЛИЧНЫЙ БРЕНД

ТОВАРЫ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО ВЫБОРА
ТОВАРЫ ОСОБОГО СПРОСА



МЕХАНИКА

Первый этап



Второй этап



Третий этап



1. *Сегмент бизнеса.*
2. *Название товара / услуги.*
3. *Краткое описание товара / услуги.*
4. *Ссылка на сайт / сообщество.*
5. *Вопрос с заложенным направлением ответа (простой вопрос, вопрос-сомнение, вопрос-пожелание).*
6. *Краткий отзыв третьего лица (необязательно).*
7. *Уточняющая иллюстрация (необязательно).*



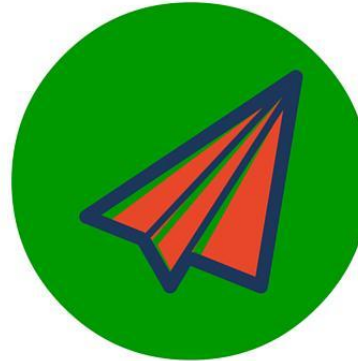
Четвертый этап



Пятый этап



Шестой этап



Седьмой этап

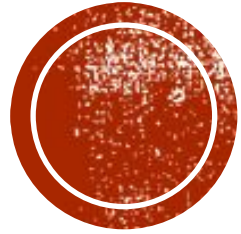


- ▣ При «низкой» степени обсуждаемости – лоббируйте тему, создайте ажиотаж вокруг обсуждения.
- ▣ При «средней» степени обсуждаемости – развивайте тему, задавая уточняющие вопросы.
- ▣ При «высокой» степени обсуждаемости – контроль тона, корректировка направления диалога.

Восьмой этап

1. Количество пользователей принявших участие в обсуждении.
2. Охват.
3. Трафик на сайт или в сообщество.
4. Количество и тональность новых отзывов о товаре / услуге.





КОММЕРЧЕСКИЕ ОТЗЫВЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Размещение позитивных отзывов – мероприятие по управлению репутацией в сети Интернет, направленное на формирование положительного имиджа бренда / товара / услуги и увеличение видимости позитивных отзывов в поисковой выдаче.

Работа с негативными отзывами – мероприятие в сети Интернет, направленное на уменьшение видимости негативных постов в выдаче как

ЗАДАЧИ:

1) ВВОД НА РЫНОК НОВОГО ИГРОКА / ТОВАРА /

УСЛУГИ;

2) УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ БРЕНДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ.

Кому необходима работа с отзывами в сети интернет?

НОВЫЕ ИГРОКИ



ИСПОРЧЕННАЯ
РЕПУТАЦИЯ



ПРОДАЖИ
ЗАВИСЯТ
ОТ ОТЗЫВОВ



ТИПОЛОГИЯ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ

ЕСТЕСТВЕННЫЙ



ТРОЛЛИНГ



НАПРАВЛЕННАЯ АТАКА



7 СОВЕТОВ ПО НАПИСАНИЮ «ПРАВДИВОГО» ОТЗЫВА

1. Выбрать «действительные» достоинства;
2. Обратить недостатки в достоинства;
3. Изучить стилистику отзывов сегмента бизнеса;
4. Изучить негативные отзывы о конкурентах;
5. Отразить в отзыве факты, эмоции, логическую обоснованность;
6. Уложиться в 500 символов;
7. Составить на каждый позитивный отзыв 2 варианта рерайт-копий.



7 СОВЕТОВ ПО ОПОЗНАНИЮ «ЗАКАЗНОГО» ОТЗЫВА

1. Правильное и полное название бренда / товара / услуги;
2. «Эмоциональность» комментария;
3. Негатив и преувеличения;
4. Написание «литературным» языком;
5. Наличие подробностей;
6. Аккаунт неразвит / закрыт / анонимен;
7. Аккаунт пассивен.





КОНКУРСНЫЕ ИНТЕРНЕТ- МЕХАНИКИ

Интернет-конкурс – соревнование, соискательство в сети Интернет нескольких лиц в области науки, искусства и прочего с целью выделить наиболее выдающегося конкурсанта-претендента на победу.

Онлайн викторина – игра в сети Интернет, заключающаяся в ответах на письменные вопросы из различных областей знания.

Интернет-розыгрыш призов – организованная азартная игра, при которой распределение выгод и убытков зависит от случайного выпадения номера, жребия и т.д.

ИНТЕРНЕТ-КОНКУРС

Фотоконкурс



Фото с брендом /
товаром



Дорогие друзья, проходит конкурс от нашей компании!

Выложи фотографию с нашим товаром, а лучше фотографию себя с нашей продукцией у себя на стене Вконтакте или в Instagram.

Сделай репост этой записи и добавь хэштег #kingprotein к фотографии.

И ПОЛУЧИ СКИДКУ 10% НА ЛЮБУЮ ПРОДУКЦИЮ НАШЕЙ КОМПАНИИ.

Чтобы получить скидку - просто укажите ссылку на вашу фотографию в комментарии к заказу на сайте kingprotein.ru

#kingprotein #конкурс



Творческий конкурс



#конкурс #Japan #хокку

Давайте почувствуем себя хайдзин (поэт, пишущий хокку). Напишите хокку на тему "Осень", и ровно через неделю, 1 октября, наше специальное жюри выберет победителя, который получит в подарок книгу "Почему японцы не стареют".



Краудсорсинг



КОНКУРСЫ |

Конкурс! Придумай слоган для новой линейки продуктов Eveline и получи приз!



ИНТЕРНЕТ-КОНКУРС

Новое применение
товара



LG ищет необычные идеи использования бытовой техники

LG предлагает американцам придумать необычные способы использования бытовой техники и поучаствовать в конкурсе [Smart Discoveries](#).



Лояльность



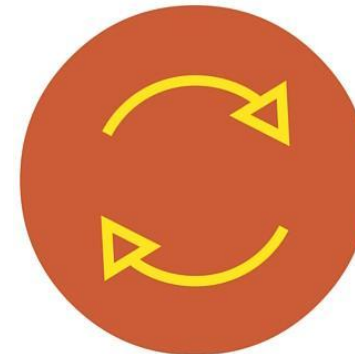
Конкурс Jardin: «Расскажи, за что ты любишь кофе Jardin»



Личный опыт



Активность



Правила и условия конкурса «Самый активный участник месяца группы Kingston».

Желая поощрить самых активных пользователей нашего сообщества, мы запускаем ежемесячный конкурс «Самый активный участник группы KingstonUA»! Каждый месяц, исходя из активностей пользователей, будет составляться специальный рейтинг. Наиболее активный пользователь будет награждаться призом от компании Kingston Technology. Более подробные правила вы сможете прочитать ниже.



ОНЛАЙН-ВИКТОРИНА

Классическая
викторина



Угадайка



Подпись



On-line викторина: что вы знаете о Великой Отечественной войне?



МЕГАФОН
Будущее зависит от тебя



На связи с историей



«СПЕЦКОР»: ПРИДУМАЙ ПОДПИСЬ К ФОТО И ВЫИГРАЙ 1000 РУБЛЕЙ

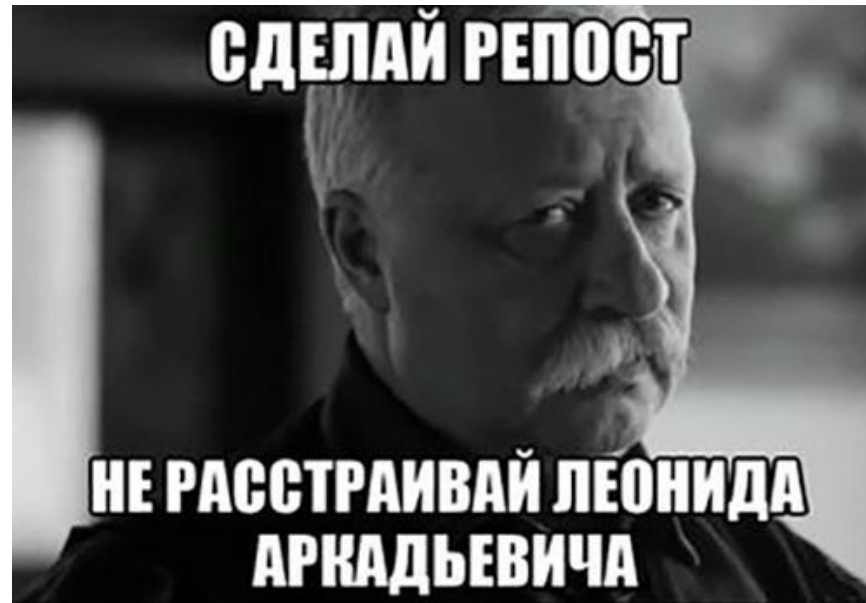
СПЕЦКОР



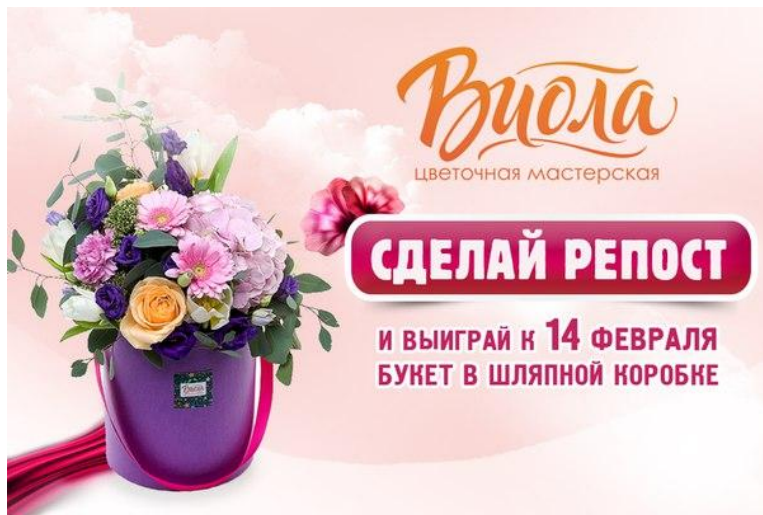
Фото: Сергей АНДРЕЕВ



ИНТЕРНЕТ-РОЗЫГРЫШ



Приз за действие



Скидка за действие





ИНТЕРНЕТ-КОНКУРС

- 1) Генерация контента;
- 2) Активность;
- 3) Вовлечение;
- 4) Лояльность.

ИНТЕРНЕТ-РОЗЫГРЫШ

- 1) Активность;
- 2) Охват;
- 3) Простота.

ОНЛАЙН-ВИКТОРИНА

- 1) Активность;
- 2) Обратная связь.



ИНТЕРНЕТ-КОНКУРС

- 1) Негатив в отношении решений жюри;
- 2) Накрутки.

ИНТЕРНЕТ-РОЗЫГРЫШ

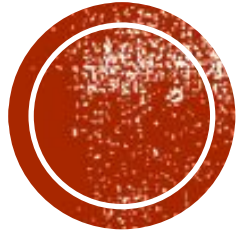
- 1) Негатив в отношении определения результатов;
- 2) Низкая запоминаемость;
- 3) Низкая степень вовлеченности.



14 СОВЕТОВ ПО ПОДГОТОВКЕ КОНКУРСНОЙ ИНТЕРНЕТ-МЕХАНИКИ

1. Простая механика, соизмеримая с ценностью приза;
2. Понимание ЦА и привязка к бизнесу;
3. Определение цели и задач;
4. Составление положения, правил, процедур определения победителей и дисквалификации;
5. 2-х ступенчатое определение победителей;
6. Визуализация (*фото призов, победителей, афиша-инфографика, фото-инструкция*);
7. Длительность конкурсной интернет-механики от 1 до 4 недель;
8. Подведение итогов в заявленное время;
9. Не чаще 1 активности в месяц;
10. Анонсирование (*крупные сообщества региона / города, личная рассылка*);
11. Призы – собственные товары / услуги;
12. Предполагается высокий охват – разыгрывайте несколько призов;
13. Благодарите участников конкурса «красиво»;
14. Анализ результатов.





ВИДЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДАЮЩЕГО

КОНТЕНТА

И

ПОТЕНЦИАЛ МЕСТНЫХ ВИРУСНЫХ КАМПАНИЙ

Контент – любое информационно значимое наполнение информационного ресурса (тексты, графика, мультимедиа т .д.).

Вирусный маркетинг – общее название различных методов распространения рекламы, характеризующихся распространением в прогрессии, близкой к геометрической, где главным распространителем информации являются сами получатели информации, путем формирования содержания, способного привлечь новых получателей информации за счет яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или

**ЗАЧЕМ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ ВСТУПАТЬ В БИЗНЕС-СООБЩЕСТВО,
ТОВАРЫ / УСЛУГИ КОТОРОГО НЕОБХОДИМЫ ЕМУ ЛИШЬ ВРЕМЯ ОТ
ВРЕМЕНИ?**



**КАК СДЕЛАТЬ «ПРОДАЮЩИМ» МЕСТНОЕ
СООБЩЕСТВО БИЗНЕС-НАПРАВЛЕННОСТИ В
СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ?**



«НЕПРОДАЮЩИЙ» КОНТЕНТ:

- 1) Стихи и афоризмы;
- 2) Текстовые посты;
- 3) Репосты;
- 4) Однообразный и повторяющийся контент;
- 5) Фотографии витрин / ассортимента, рекламные посты;
- 6) Голосования и конкурсы «за лайки»;
- 7) Розыгрыши типа «халява».



Туристическое агентство "Путевка Маркет" Тамбов

14 октября 2015 в 20:02

Бесплатный Тамбов

13 окт 2015 в 18:00

Туристическое агентство "Путевка Маркет" Айсбург проводит розыгрыш.
1 место - сертификат 3000 руб.
2 место - Монопод для селфи.

Победителей выберем среди совершеннолетних участников группы Туристическое агентство "Путевка Маркет" Айсбург, которые сделают репост этой записи.

27 октября будут известны имена победителей.

PEGAS, Tez Tour, Intourist

ЗАКОПАЙ
ТЕЩУ
В ПЕСОК

ГОРЯЩИЕ ТУРЫ

ТУРЫ
В
РАССРОЧКУ
И КРЕДИТ

14752/ 43-43-53

Советская, 60 ТД "АЙСБУРГ"

vk.com/tmb.putevkamarket
instagram.com/putevkamarketmb/
tmb.putevkamarket.ru

за 299\$

Мне нравится 4

Поделиться Пожаловаться Подписаться

Комментировать...



«НА ЗАМЕТКУ»

«ПЛОХО» ЕСЛИ:

- 1) Отсутствует календарный план-график постинга в сообществе;
- 2) Один и тот же контент-проект используется в разных группах и социальных сетях;
- 3) Группа заброшена.

Кроссворд для маленьких любителей животных! Не забывайте писать свои ответы в комментариях.
Kinder Сюрприз всегда дарит радость!
#KinderСюрприз



Вопросы:

1. Тюлень, морской котик, морж — как мы называем всех этих животных?
2. Где обитают тюлени, белые медведи, моржи и пингины?
3. Благодаря ему белый медведь не мерзнет и может маскироваться в снегу.
4. Они есть у оленя, быка, козленка и барана.

Мне нравится 14 | Поделиться | Пожаловаться | Подписаться

11 комментариев


Виталик Рахменов
1-ластоногие, 2-север, 3-мех, 4-рога
15 окт в 17:33 | Ответить

Даниил Эюкин
4Рога 3Мех
15 окт в 17:35 | Ответить

Андрей Белоглазов
1-Ластоногие, 2 - Север, 3-Мех, 4-Рога
15 окт в 17:35 | Ответить

Комментировать...

Кроссворд для маленьких любителей животных! Не забывайте писать свои ответы в комментариях.
Kinder Сюрприз всегда дарит радость!



Вопросы:

1. Тюлень, морской котик, морж — как мы называем всех этих животных?
2. Где обитают тюлени, белые медведи, моржи и пингины?
3. Благодаря ему белый медведь не мерзнет и может маскироваться в снегу.
4. Они есть у оленя, быка, козленка и барана.

kinder сюрприз

Комментировать 3 | Поделиться 0 | Класс 8

Наталья Черкашина
1, Ластоногие, 2.Север, 3. Мех, 4 Рога
Класс! 1

я не люблю мультики ая люблю онлайн
Ластонгие,север,мех,por
Класс! 1

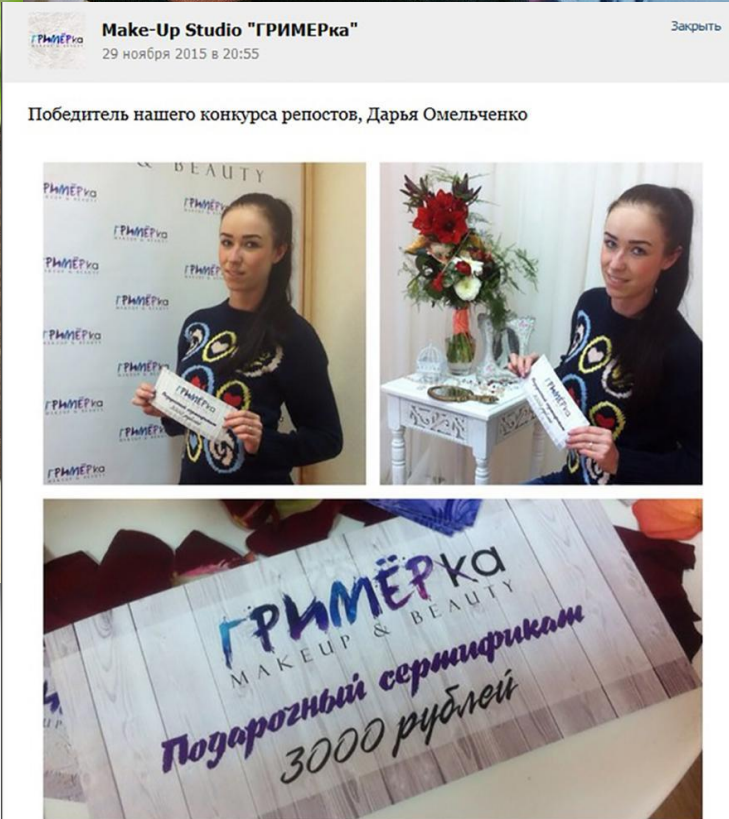
Анна Тимофеева
1. Ластоногие.
2. Север.
3. Мех.
4. Рога.
Класс! 1

Комментировать



«ПРОДАЮЩИЙ» КОНТЕНТ:

- 1) Медийные и известные личности;
- 2) Брендový контент и сотрудники компании;
- 3) Клиенты / победители / обычные люди;
- 4) Коллажи и инфографика;
- 5) Интегрированный контент (оффлайн – онлайн);
- 6) Вирусные кампании.



«НА ЗАМЕТКУ»


«ХОРОШО» ЕСЛИ:

- 1) Выбор соц. сети и контента обусловлен характеристикой целевой аудитории;
- 2) Постинг в сообществе проходит согласно календарному плану-графику контента (ежемесячному или еженедельному);
- 3) Соотношение эмоциональных, развлекательных, полезных и рекламных постов равно (40%, 30%, 10% и 20%);
- 4) Эффективность группы замеряется по показателям (комментарии, обращения, отзывы и покупки)

№ п/п	Описание задачи	Предшествующая задача	Трудоёмкость (задержки)	Исполнитель	Начало	Завершение
Первый этап.						
11	Проведение маркетинговой акции «Купон на скидку»	10	-	Юлия	1 июня	2 июня
12	Публикация полезного смешанного контента "Мастер-класс по созданию цветочного ансамбля в корзинке"	11	-	Юлия	2 июня	2 июня
Второй этап.						
13	Проведение текстового конкурса «Love story»	12	+1	Юлия	3 июня	8 июня
14	Публикация полезного смешанного контента "Советы по уходу за фикусом"	13	-	Юлия	4 июня	4 июня
15	Публикация смешанного текстового контента "Как оставаться джентельменом"	14	-	Юлия	5 июня	5 июня
16	Публикация развлекательного смешанного	15	-	Юлия	6 июня	6 июня

Яна Мосолитина
11 октября 2015 в 9:55

Хочется поблагодарить мастеров!!!! Корзины нереально красивые!!!! 🌸
Спасибо за такую красоту и отличное настроение!!!! 🌸🌸🌸 Вчера была приятно удивлена!!!! Огромное спасибо!!!! 🌸

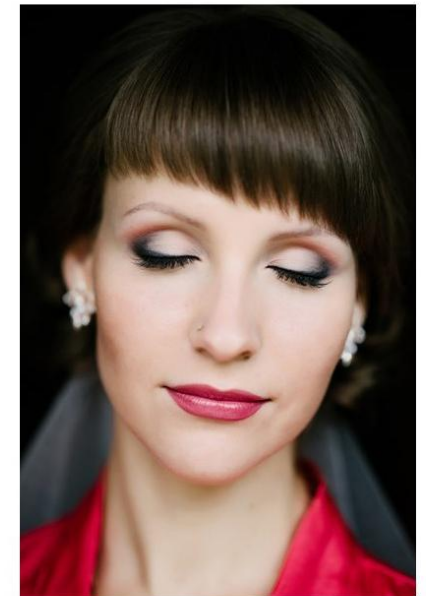


Мне нравится ❤️ 6 Удалить запись Подписаться

1 комментарий

Цветы Котовок БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА - "Флоренция"
Яна, благодарю за отзыв, постараюсь в дальнейшем продолжать Вас радовать!)))
11 окт в 11:49 | Ответить

Дашуль, хочу поблагодарить тебя за великолепную работу!!! Ты большая умничка, профессионал в своем деле и просто замечательный человек. Ты уже знаешь, что я ни капельки не сомневалась в выборе. Но еще раз хочу повторить, что ТОЛЬКО тебе могла доверить свой внешний облик! Я осталась в восторге от своего макияжа и, как результат, - я была неотразима! Подтверждением этих слов были восхищенные глаза и улыбка моего, теперь уже мужа, а также восторженные отзывы родственников и друзей! Отдельное спасибо за понимание и поддержку, советы которые ты давала мне. Ты просто волшебница! Дорогая моя, желаю тебе творческих успехов, вдохновения и не исчерпывающей энергии.



Анна Михалева

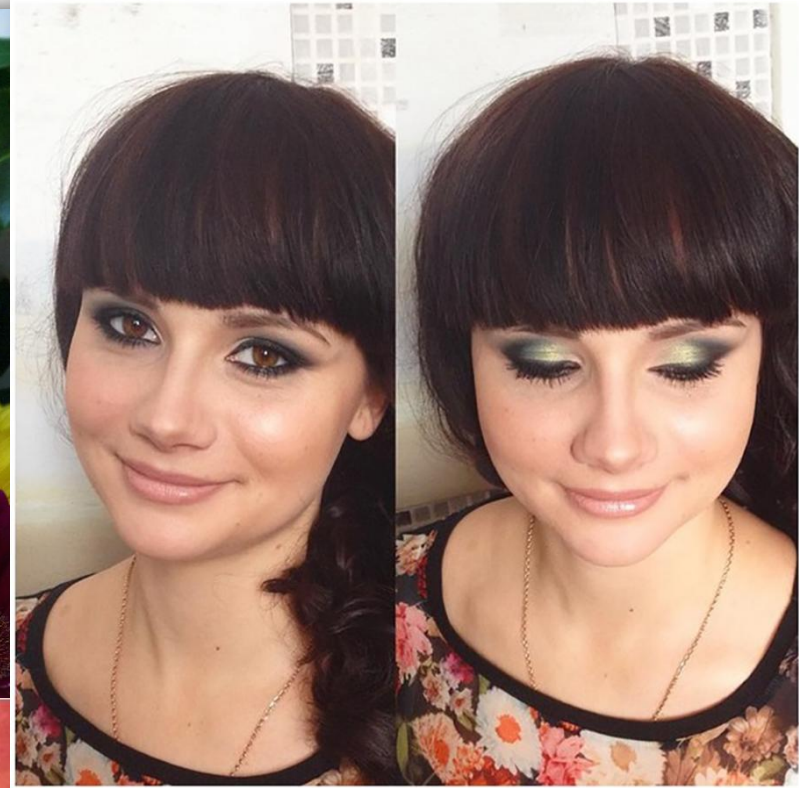
«НА ЗАМЕТКУ»

«НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ»:

- 1) Брендированный контент;
- 2) Подборка неуникального контента;
- 3) Контент «доброе утро», «отличных выходных» и т.д.;
- 4) Добавление в пост хештегов;
- 5) Добавление описания и ценника товара / услуги в каталоги;
- 6) Графическое меню группы.



Снова моя @aleksandra_tsepkoва во всей красе 🌸💕 #bokatanovamakeup
#макияжвтамбове #макияжкотовск #макияжтамбов #makeup





ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ- МЕРОПРИЯТИЯ

Вебинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет. Во время веб-конференции каждый из участников находится у своего компьютера, а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника, или через веб-приложение.

Электронная книга – файл преимущественно в формате PDF, где содержится текст книги, а также иллюстрации и прочие данные. Открыть и прочесть электронную книгу можно на настольном компьютере или ноутбуке, планшетном ПК, смартфоне или мобильном телефоне. Сам файл с книгой может храниться на жестком диске компьютера, в памяти мобильного или на флэшке, поскольку это самый обычный компьютерный файл.

ЗАДАЧИ:

- 1) ФОРМИРОВАНИЕ СТАТУСА «ЭКСПЕРТА» КОМПАНИИ / ЛИЧНОСТИ;
- 2) ВОВЛЕЧЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С БРЕНДОМ.

Сферы бизнеса в которых наиболее эффективно применение вебинаров и электронных книг как инструментов PR

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ



КОНСАЛТИНГ



ТРЕНЕРСТВО
КОУЧИНГ
КОНСУЛЬТАЦИИ
ЛИЧНЫЙ БРЕНД



УПРАЖНЕНИЕ №1

«СОСТАВЛЕНИЕ ПРОГРАММЫ ВЕБИНАРА»

1. Основная тема = название вебинара (формулировка более узкого аспекта);

2. Представление спикера.

- a) Ответ на вопрос *почему именно Вы имеете право обучать в рамках данной программы?*
- b) *Профессиональная деятельность по предмету вебинара.*
- c) *Стаж.*
- d) *Преподавательская / тренерская / консультационная деятельность.*
- e) *Специализация (формулировка более узкого аспекта в рамках трудовой деятельности).*
- f) *Основные достижения (необязательный пункт).*

3. 3-6 подтем = время вебинара (для каждой подтемы составляется краткое содержание 3-5 пунктов);

4. Уникальный контент (советы, инфографика, шпаргалки, графики и диаграммы, таблицы, нумерованные и маркированные списки, чек-листы и т.д.);

5. Методы вовлечения участников (опросы, голосования и т.д.);

6. Профессиональный юмор (истории, шутки, анекдоты, сказки и т.д.);

7. Основные очевидные вопросы аудитории по программе вебинара;

8. «Каверзные» вопросы аудитории-критиков.



МЕХАНИКА ПОДГОТОВКИ ВЕБИНАРА

Первый этап



Второй этап



Третий этап



Четвертый этап



Пятый этап



1. *Webinar2.ru;*
2. *Kastim.ru;*
3. *Onwebinar.ru;*
4. *Firmbook.ru.*



УПРАЖНЕНИЕ №2

«СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА ЭЛЕКТРОННОЙ КНИГИ»

1. Основная тема книги = название (сделайте особенность книги изюминкой ее названия)

2. Напишите все подтемы о которых пойдет речь в книге (оптимально не менее 10 пунктов)

3. Сгруппируйте подтемы, для каждой группы напишите общее название = содержание книги

4. Распишите содержание каждого параграфа книги (3-5 пунктов)

5. Список использованной литературы

6. Глоссарий (необязательный пункт)

7. Ответы на вопросы = раздел «от автора» / предисловие

a) О чем книга?

b) Для кого предназначена книга?

c) Информация об авторе.



БЛАГОДАРЮ ВАС ЗА ВНИМАНИЕ!

Тел.: 8(953)128-75-18

E-mail: yliana-1991@mail.ru

vk.com/yliana_makarevich

facebook.com/yliana.makarevich

