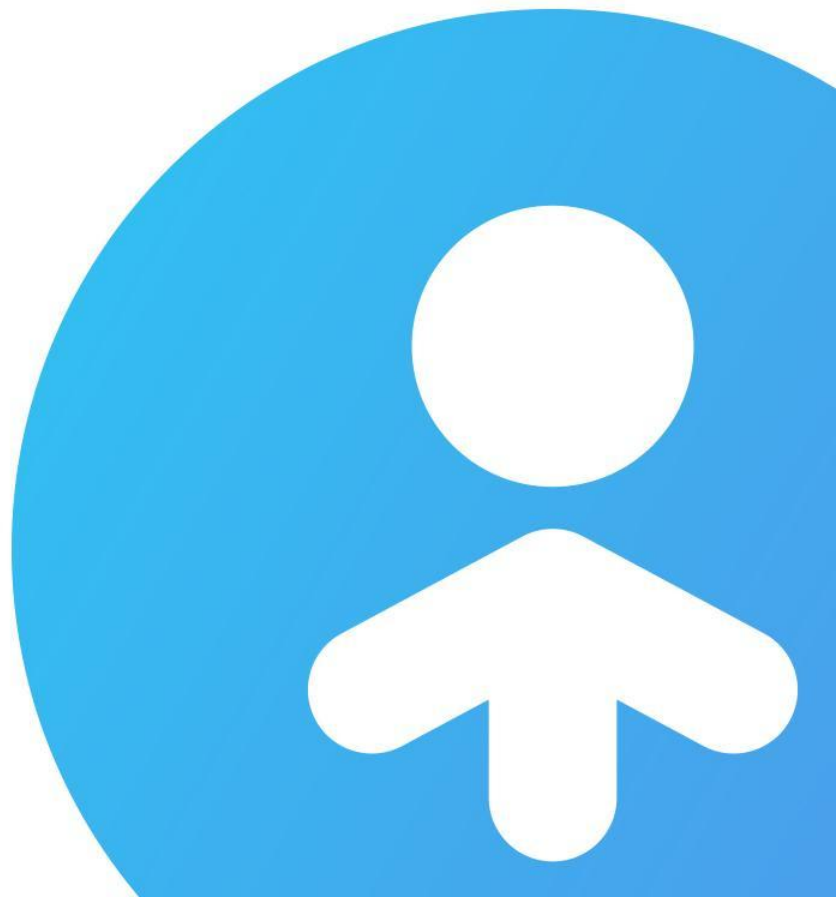


Общественные коммуникации В эпоху новых медиа

Где заканчиваются журналисты
и начинаются блоггеры

Директор по региональному развитию Агентства
«Социальные Сети» Василий Дамов



Рейтинг коммуникационных (PR) компаний России по объемам бизнеса — итоги 2013 года

Компании и их финансовые показатели

Место	Фирменное наименование	Месторасположение головного офиса	Выручка от PR-деятельности, млн. руб.		Численность PR-специалистов на конец 2013 года
			■ в 2013 году	■ в 2012 году	
1	Центр стратегических коммуникаций «Апостол»	Москва	1030,2 832,9		227
2	Market Group	Москва	756,3 634,3		89
3	АГТ	Москва	750,1 724,7		203
4	Михайлов и Партнеры	Москва	743,6 490,7		104
5	SPN Communications	Москва	692,0 0,0		186
6	КРОС	Москва	452,0 545,3		123
7	Ketchum Maslov*	Москва	340,8 261,8		85
8	Социальные Сети	Москва	274,9 306,1		74
9	Newton PR&Communications	Екатеринбург	242,4 227,9		56
10	МАЙЕР	Москва	214,0 141,0		73

Динамика интернет-аудитории в России, в % (Фонд «Общественное мнение, весна–2014)



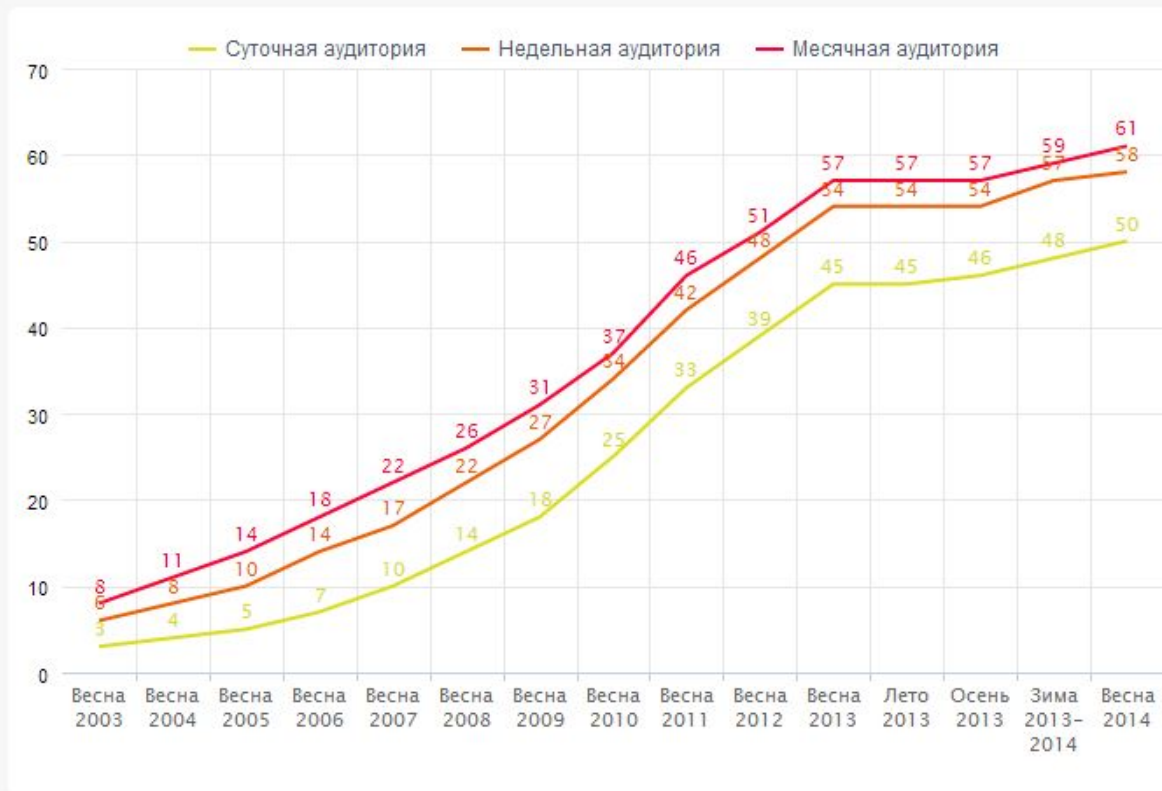
Динамика проникновения интернета

Параметры опроса

ДААННЫЕ В % ОТ ОПОРОШЕННЫХ

В процентах

В млн человек



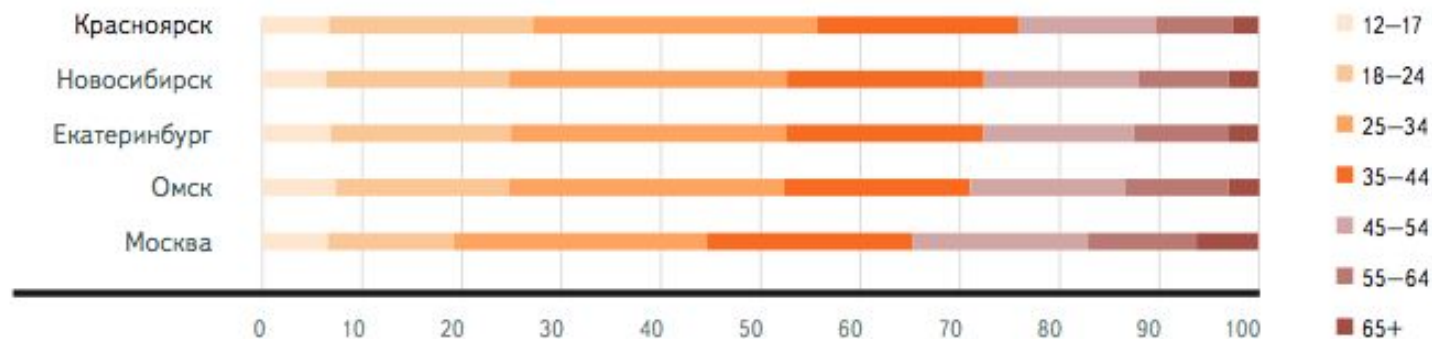
Источник: Бюллетень «Интернет в России. Весна 2014»

АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В КРАСНОЯРСКЕ И ДРУГИХ КРУПНЫХ ГОРОДАХ

- 71% доля жителей, пользующихся интернетом, %
- в том числе, выходящих в сеть со смартфонов
- в том числе, выходящих в сеть с других мобильных устройств



ВОЗРАСТНОЙ СОСТАВ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА



ПО ДАННЫМ TNS, ЛЕТО 2014. УЧТЕНЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ОТ 12 ЛЕТ И СТАРШЕ.

Проникновение интернета, другие страны, в %.

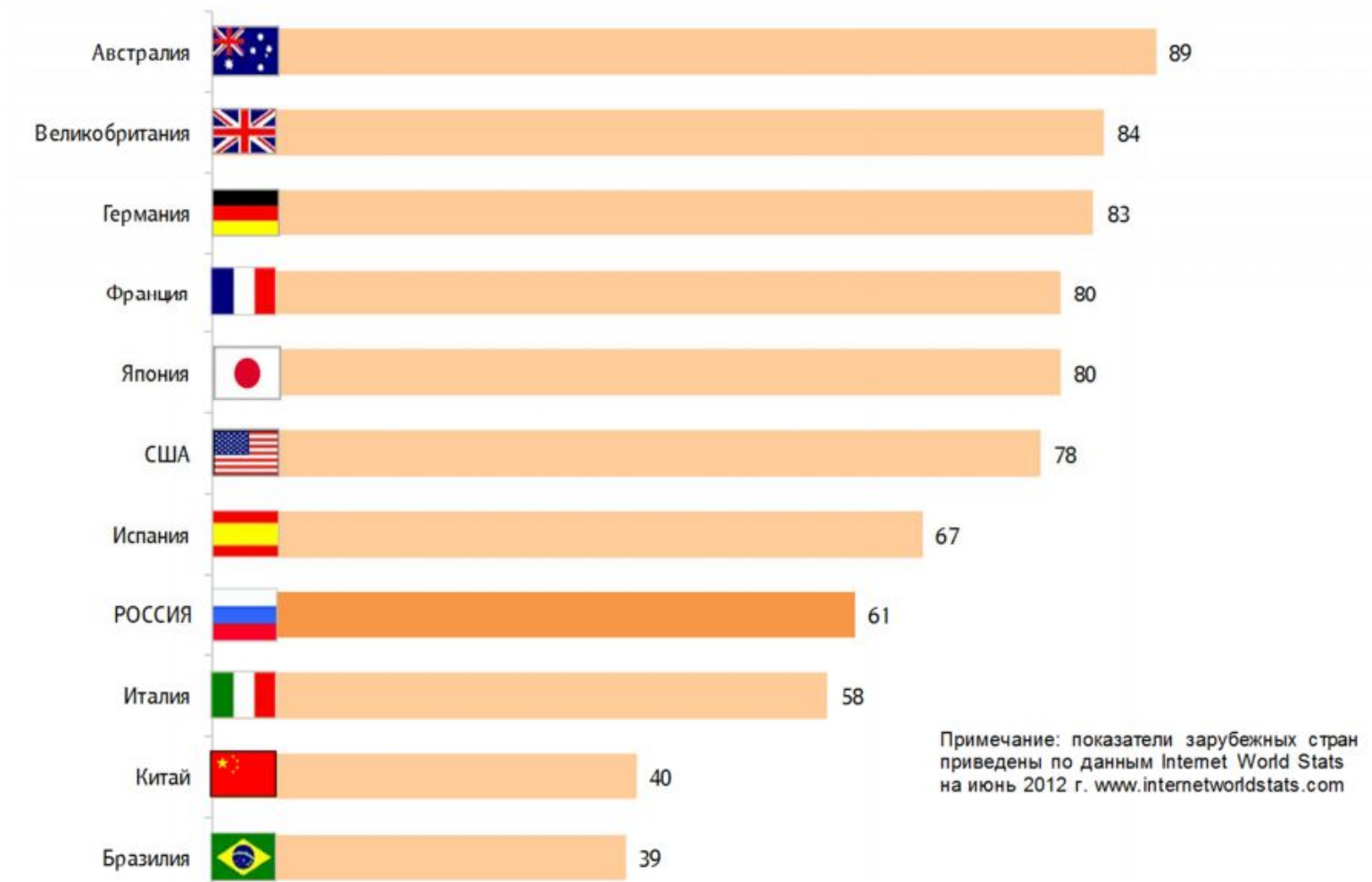
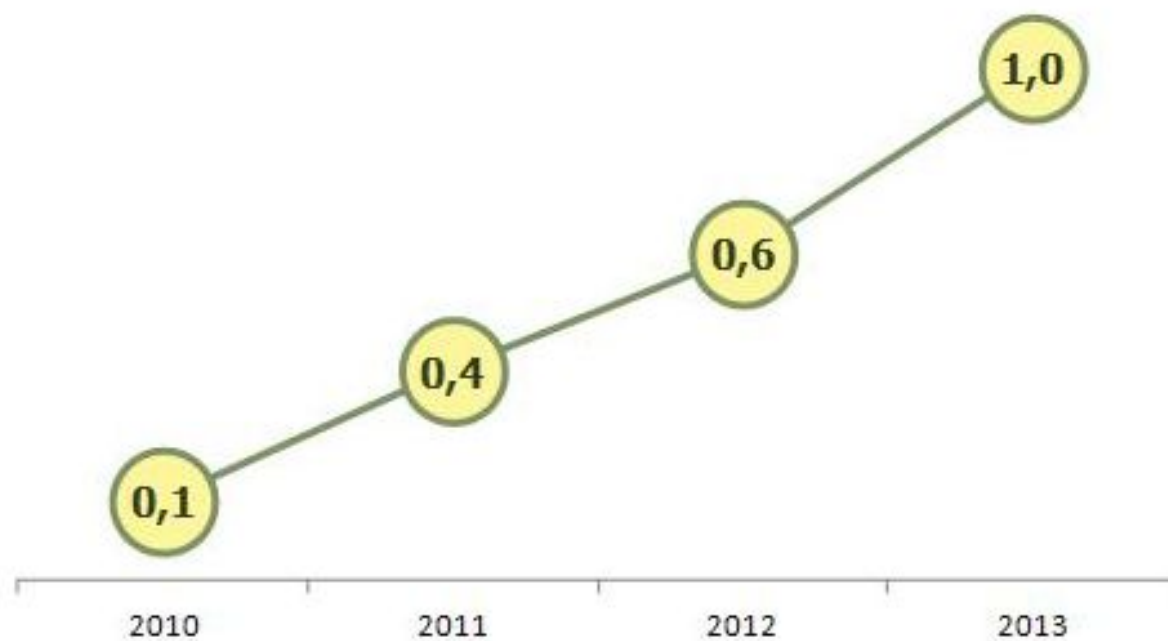


Рис. 4. Средний трафик на одного активного пользователя мобильной передачи данных в месяц, Россия, ГБ/месяц



На каких сайтах Вы зарегистрированы, есть действующая учётная запись?

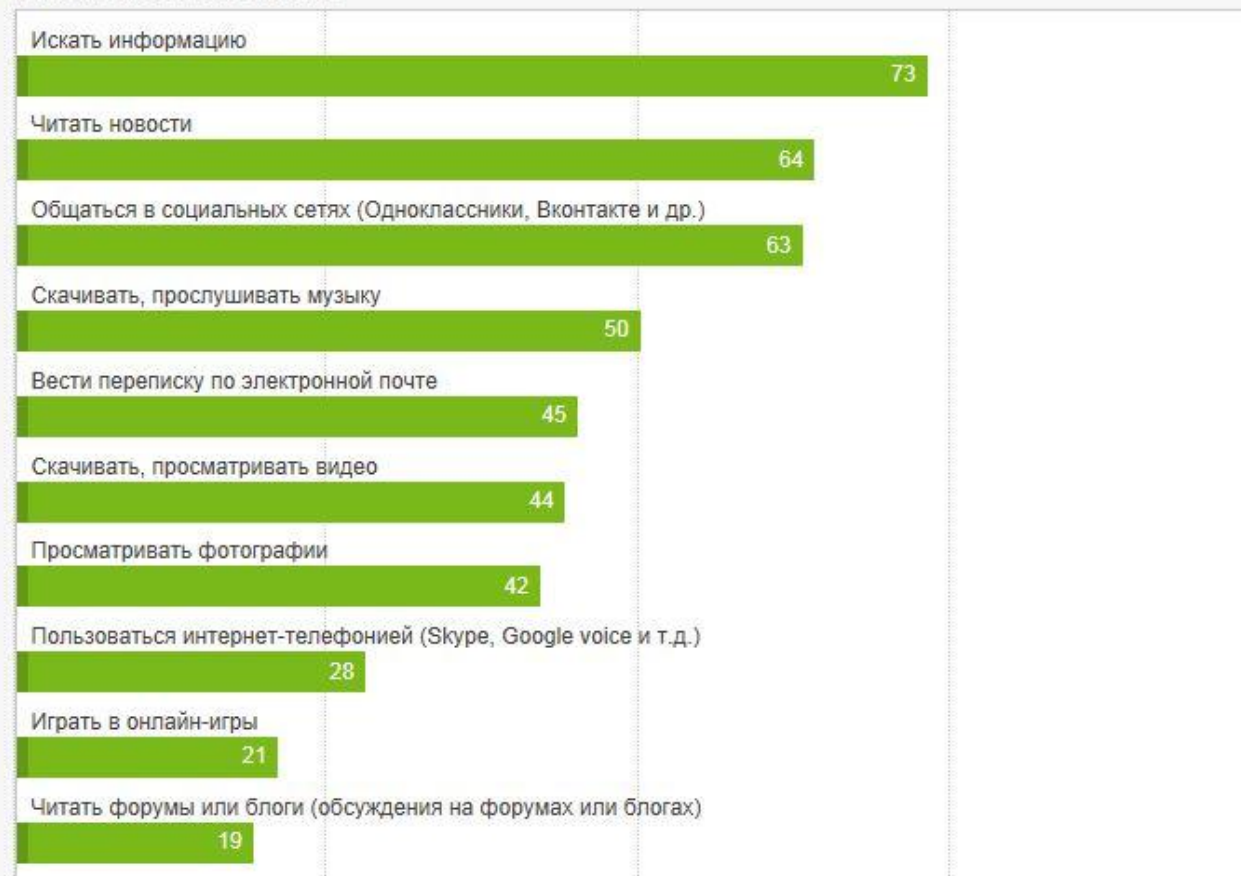


Что из перечисленного вам приходилось делать в интернете за последний месяц?

i Параметры опроса

ДАННЫЕ В % ОТ СУТОЧНОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ

Карточка, любое число ответов



Источники информации/новостей («Общественное мнение», лето-2014).



	29 августа 2010	2011*	22 января 2012	20 января 2013	10 ноября 2013	25 мая 2014
Телевидение	87	92	90	89	82	87
Радио	19	23	19	18	18	18
Печатная пресса (газеты, журналы)	21	27	24	26	17	18
Новостные сайты в интернете	13	21	22	26	29	→ 29
Форумы, блоги, сайты социальных сетей	4	8	8	10	11	→ 14
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми	22	24	29	21	21	22
Другое	<1	<1	<1	<1	<1	<1
Затрудняюсь ответить	2	1	1	<1	1	<1

Расходы на рекламу в первом квартале 2014 года.

Источник: Ассоциация
коммуникационных агентств России

Медиа	Доходы от рекламы (млрд руб.)	Изменение к аналогичному периоду (%)
Телевидение	38,6-39,1	9
эфирное	37,8-38,3	9
кабельно-спутниковое	0,83	17
Радио	3,3-3,5	7
Печатные СМИ	7,4-7,7	-8
газеты	1,8-1,9	-3
журналы	3,5-3,6	-9
рекламные издания	2-2,1	-11
Наружная реклама	9,6-9,9	5
Интернет	16,6	25
медийная реклама	3,4	12
контекстная реклама	13,2	28
Прочее	0,91	3

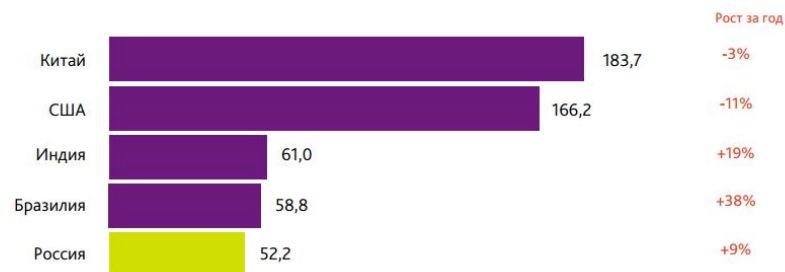
Социальные сети

Пользователь Рунета
проводит в соцсетях
в среднем
37 минут в день

На пользователя Рунета в среднем приходится
2,7 активных аккаунта в различных соцсетях

Источник: comScore

ТОП-5 стран с наибольшей аудиторией социальных сетей



Рунет находится на **5 месте** в мире
по аудитории соцсетей (+9% за 2012)

Время в соцсетях
в % от времени
в Интернете

Топ-4 социальных сети



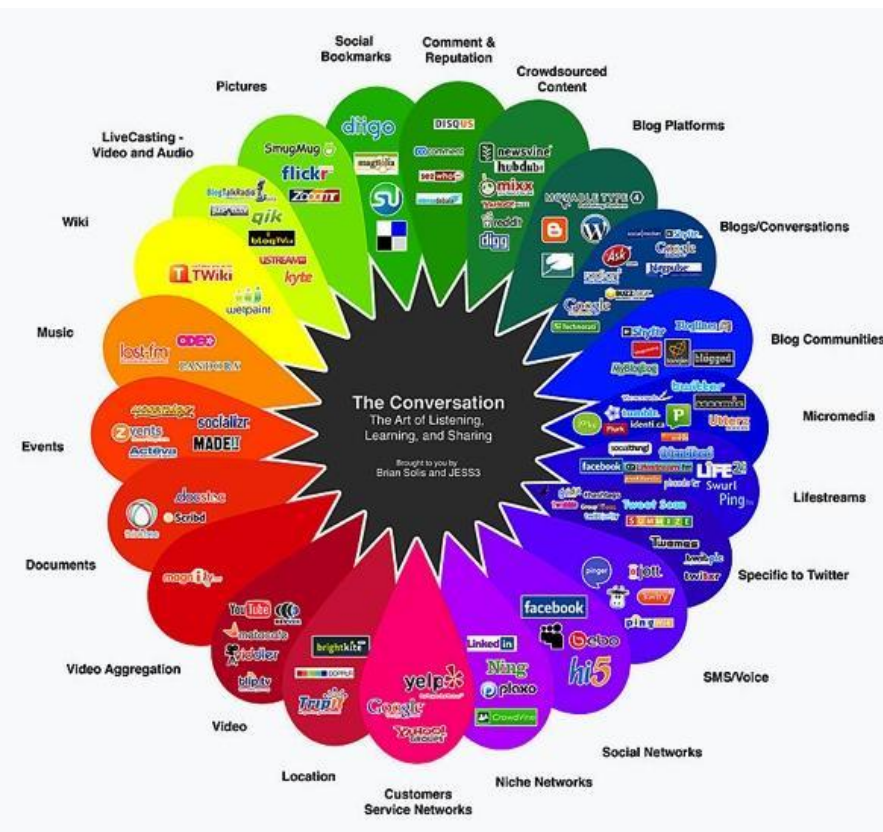
Источник: TNS Web Index февраль 2013, Россия 0+, Average Daily Reach, млн.чел., % от пользователей в указанном регионе, Average Daily Duration, % от общего времени проводимого в сети за день, 12-64 лет

Social Media



У нас

У них



Данные:
 Агентство «Социальные Сети», Brian Solis & Jesse Thomas

Социальные сети: что это?



Социальные сети: что это?



Социальные сети: что это?



Социальные сети: что это?

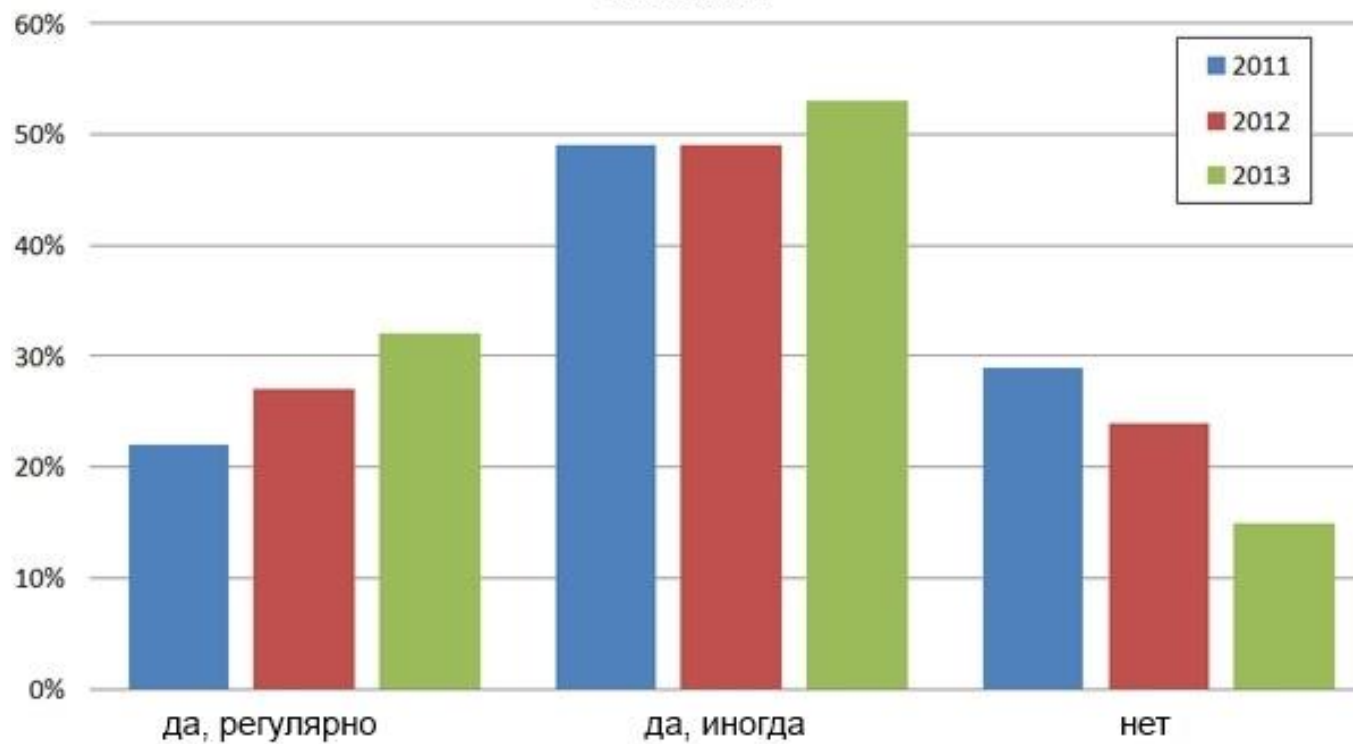


ВЕДОМОСТИ

Коммерсант 

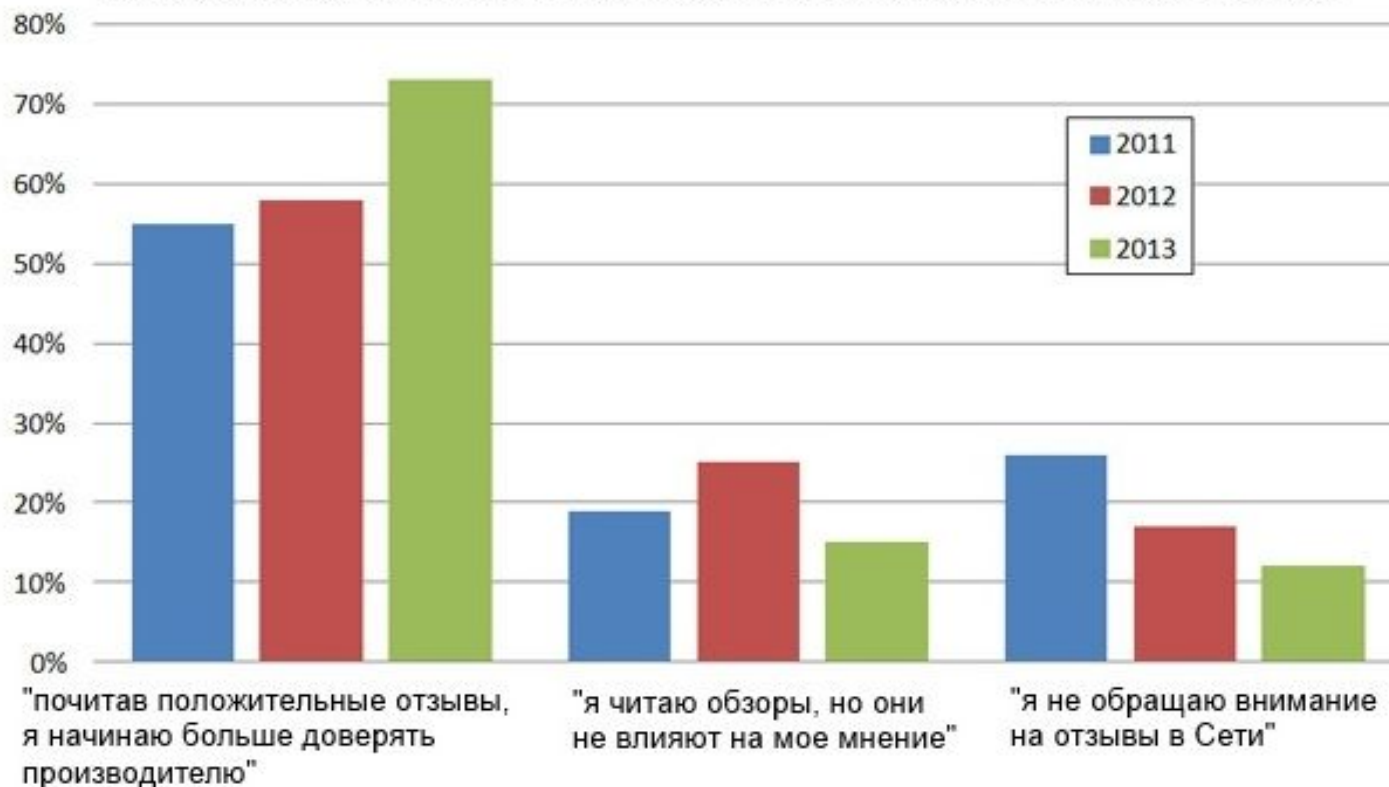


Читаете ли вы онлайн-отзывы, чтобы оценить, насколько хороша выбранная вами компания?



Источник: BrightLocal, перевод: likeni.ru.

Сильно ли онлайн-отзывы влияют на мнение пользователей о бренде?



Источник: BrightLocal, перевод: likeni.ru.

64% - стали в последние несколько лет сталкиваться по работе с соцмедиа «гораздо чаще»

44% - ведут корпоративные страницы в соцмедиа

47% - научились размещать рекламу в социальных сетях

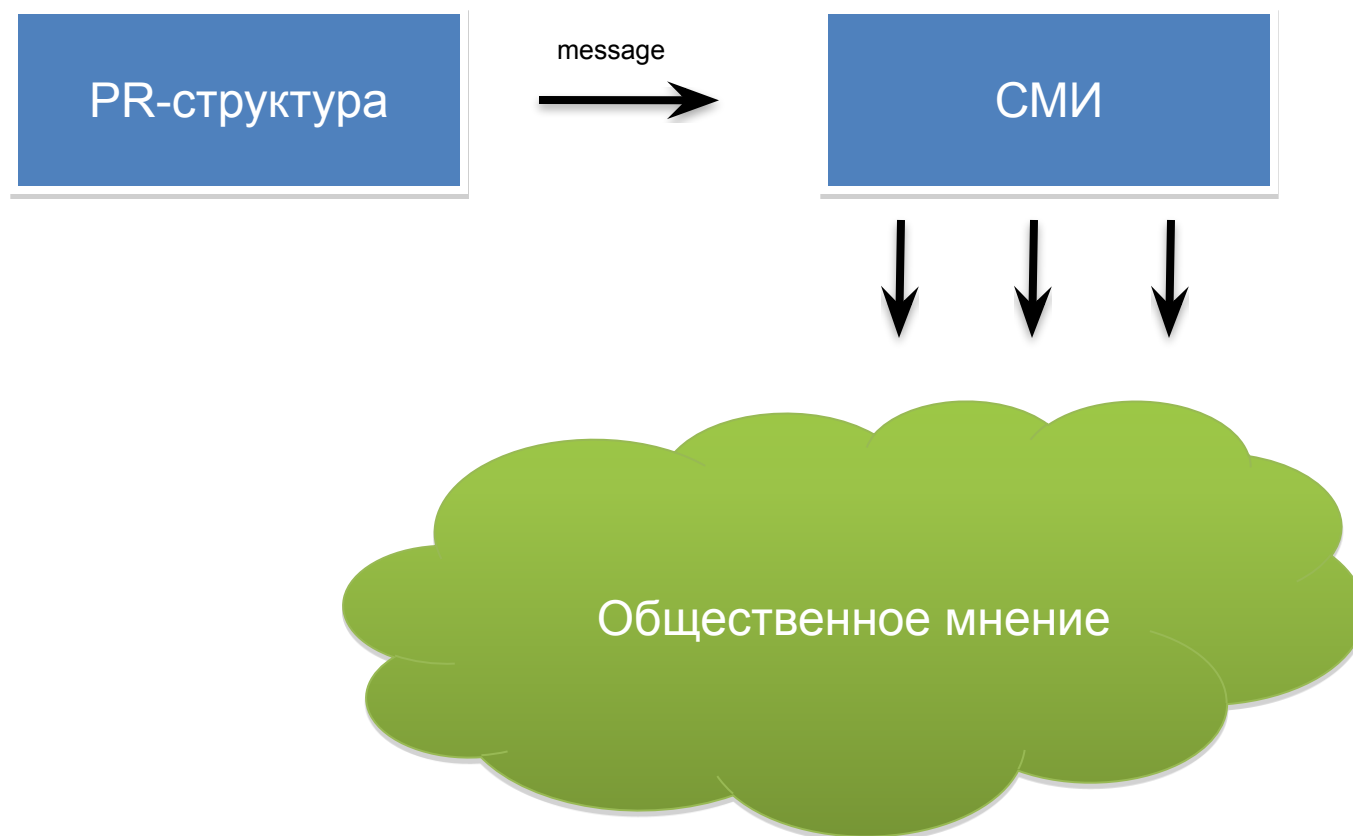
66% - работа с соцмедиа входит в число служебных обязанностей

8% - работают с блоггерами



Как строится классическая PR-работа

СМИ – это посредник между миром корпораций и обществом



Раньше вы знали всех в лицо



- Вы знаете лично всех, кто про вас пишет.
- Они в большинстве своем вменяемые, и среди них нет буйных.
- С ними можно разговаривать и договариваться.

Теперь вы не знаете никого



- Вы физически не можете знать 40 млн блогеров.
- Среди них много невменяемых и буйных.
- Вы никогда ни о чем со всеми не сможете договориться.

Как начали строить PR-работу в соц.медиа

К социальным медиа отнеслись как к обычным, и... и ничего не получилось

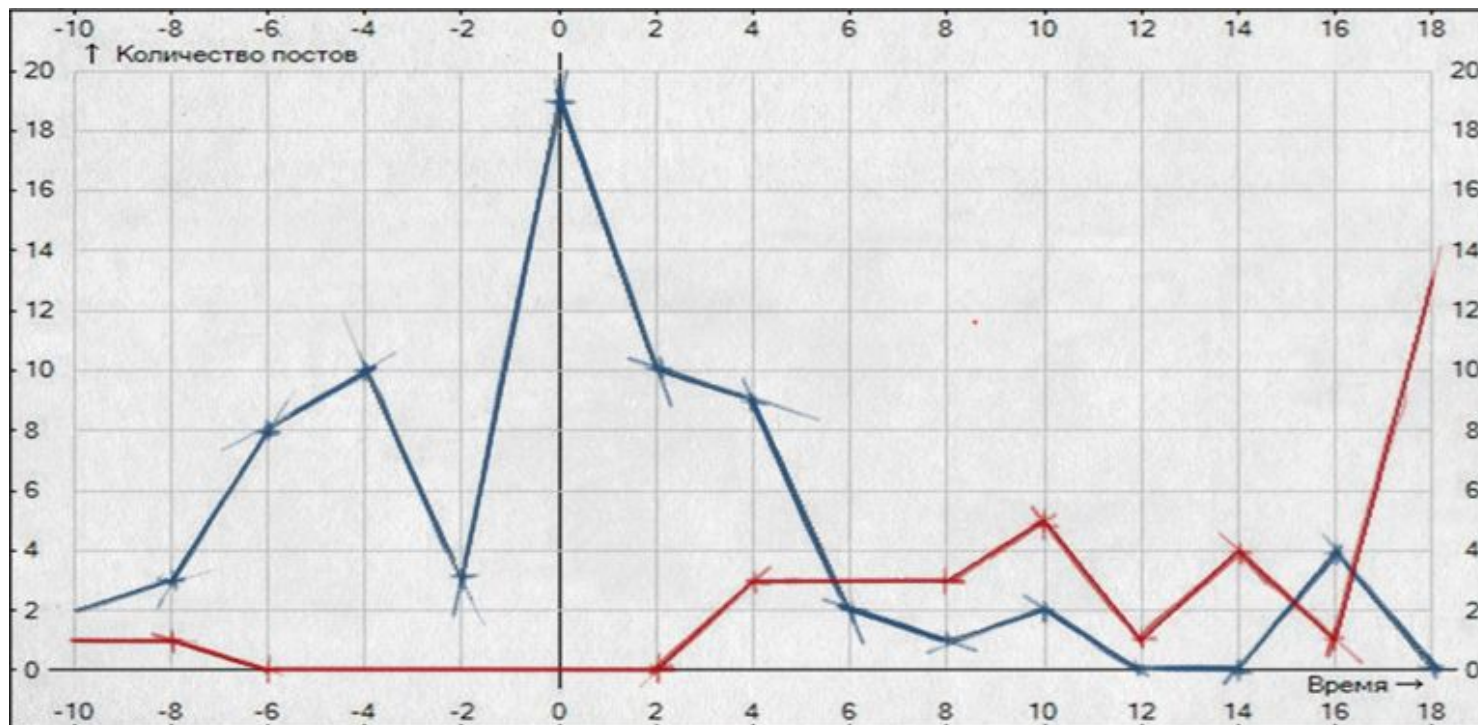


Как теперь распространяется информация



Количество постов до и после концертов

Red Hot Chili Peppers в 2012г. и Linkin Park в 2009г.



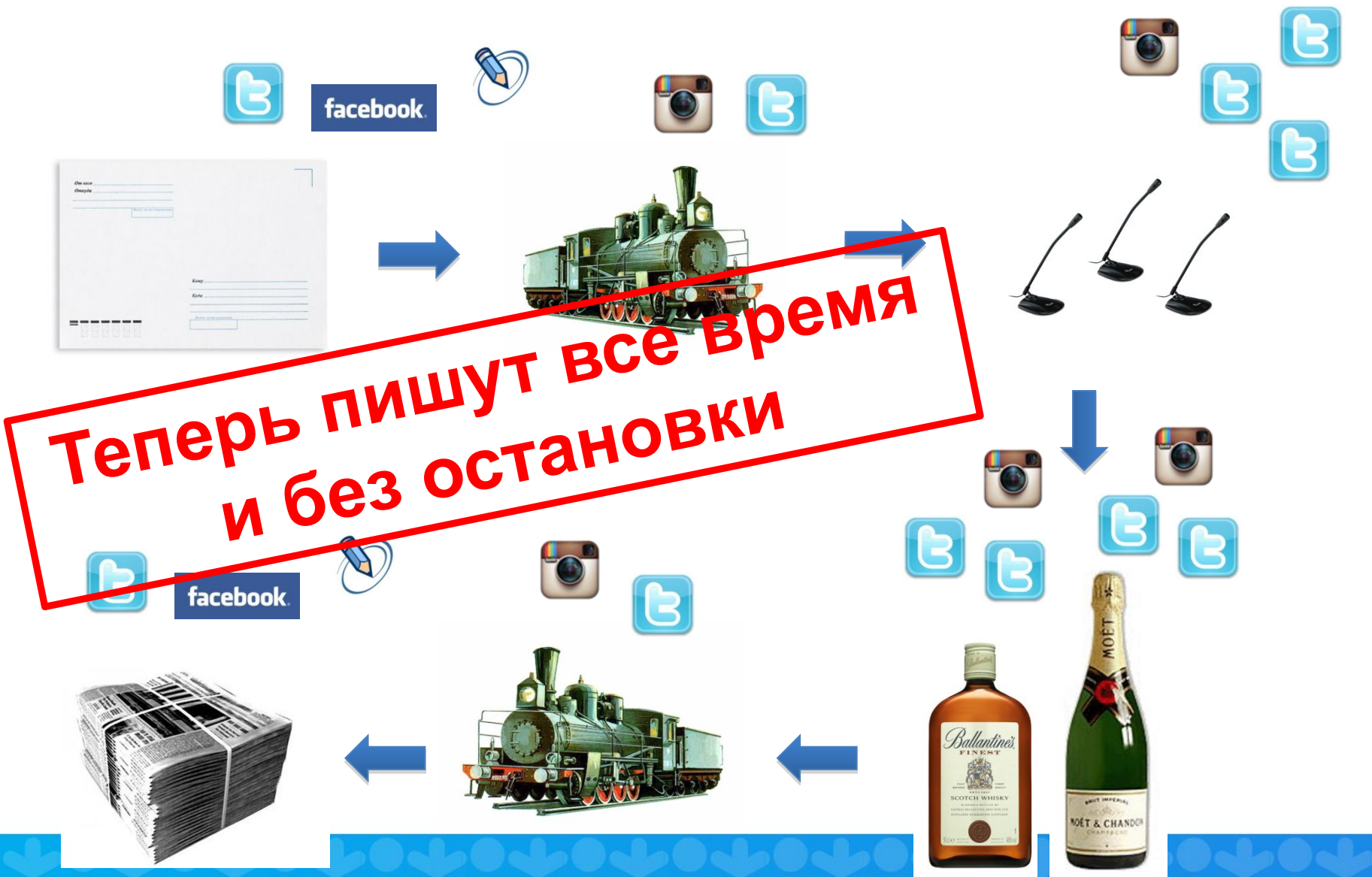
Отдельное спасибо за схему креативному директору Spbnews Юрию Строфилову

Начало концерта

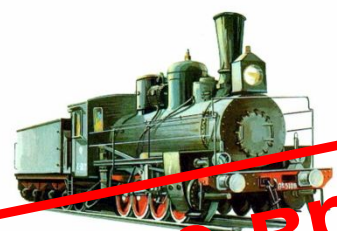
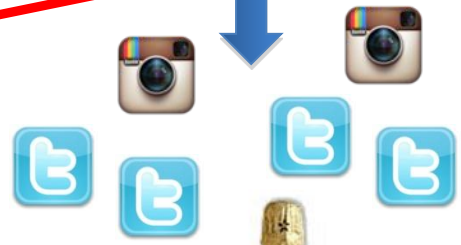
Данные:

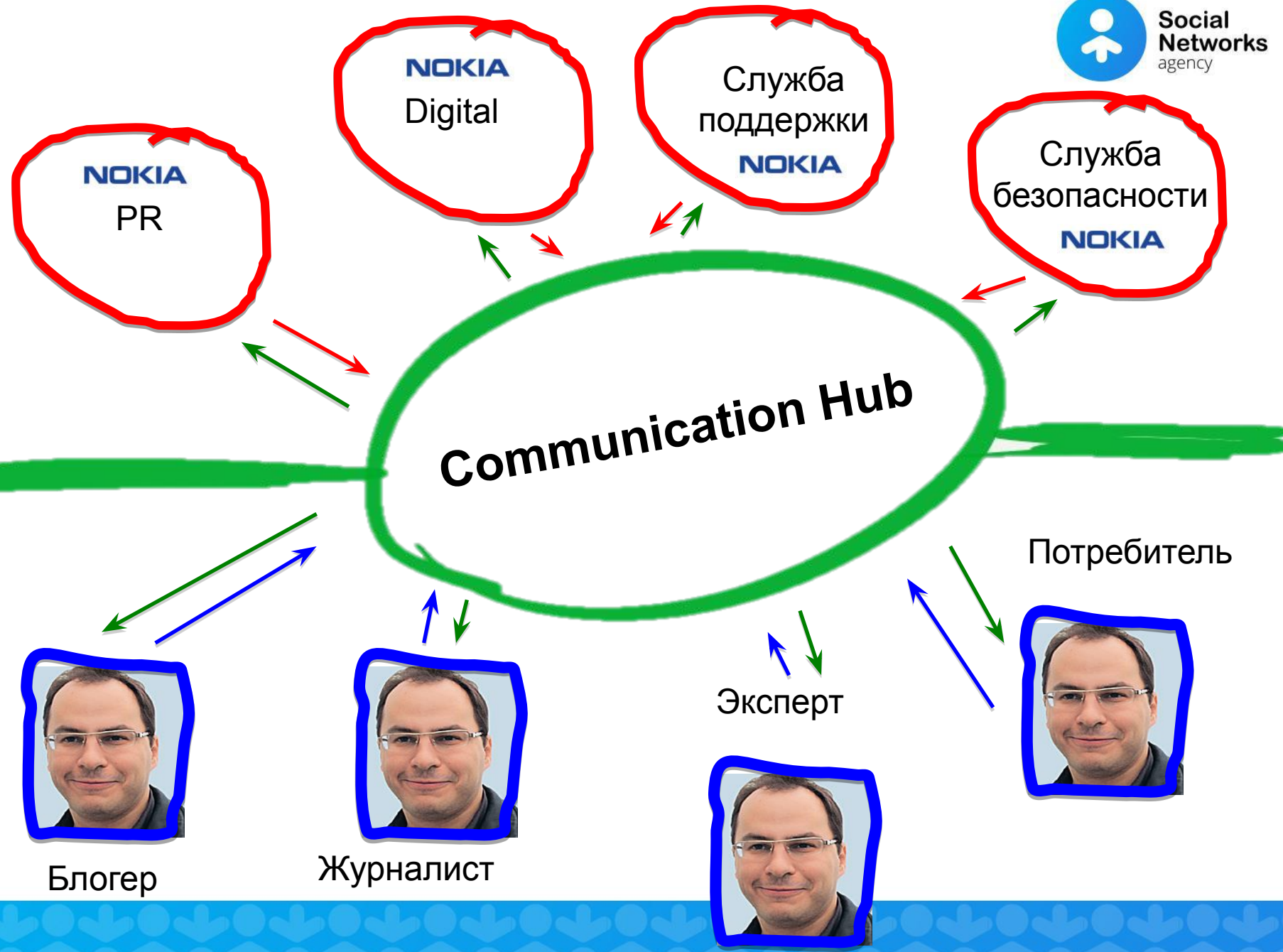
Агентство Spbnews, 2012г.

Как теперь проходят пресс-туры



Теперь пишут все время и без остановки





Блогер

Журналист

Эксперт

Потребитель

Communication Hub

NOKIA
PR

NOKIA
Digital

Служба
поддержки
NOKIA

Служба
безопасности
NOKIA

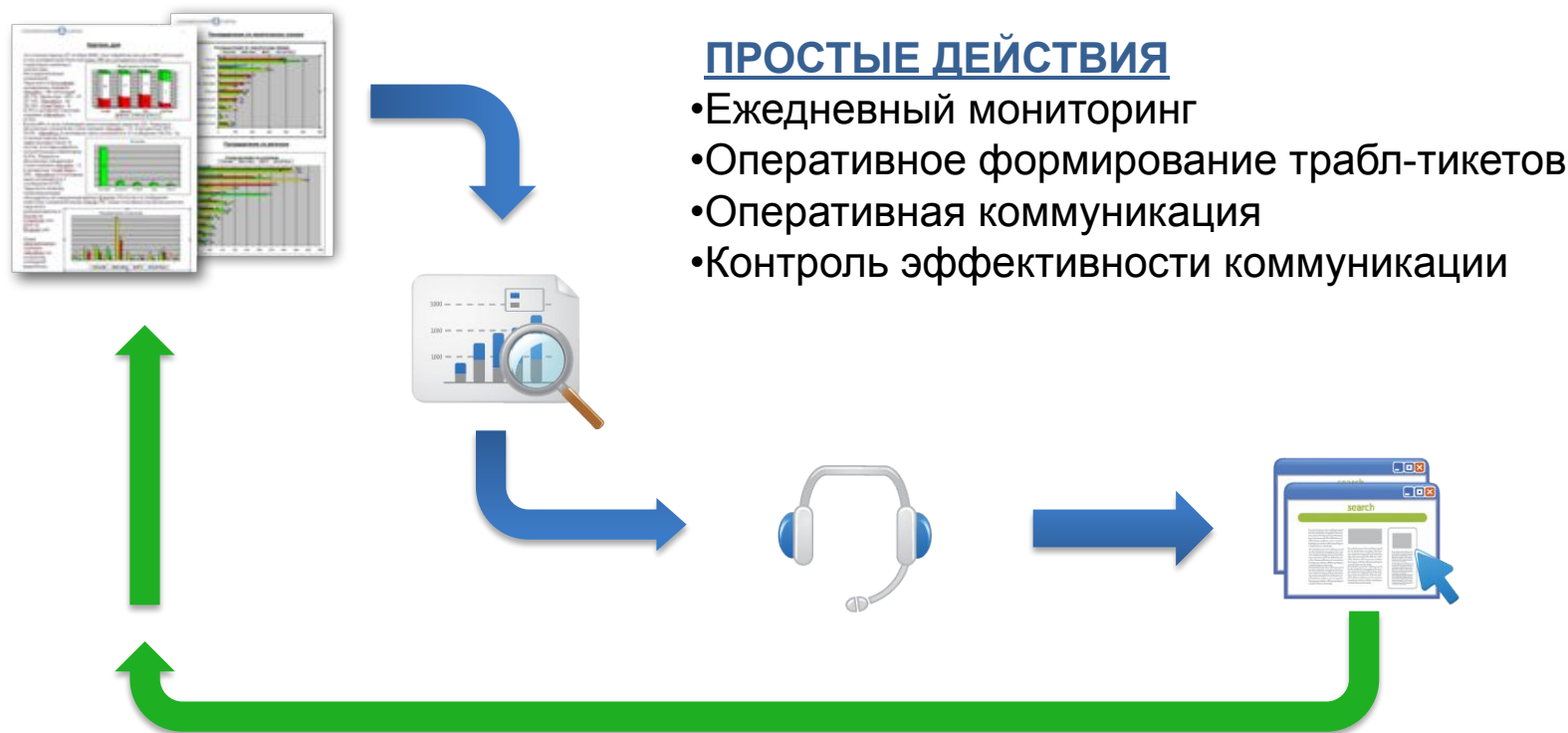
Два кита успеха

Универсальная digital-стратегия

- **Ре:активная позиция.** Мы понимаем, что происходит в интернете и социальных медиа. Мы видим дискуссию на чужих площадках, мы участвуем в ней, мы корректируем общий информационный фон.
- **Про:активная позиция.** Мы не идем за повесткой дня, навязанной нам другими информационными субъектами. Мы создаем систему социальных дискуссионных площадок, позволяющих нам полностью контролировать дискуссию, продвигать нужные нам темы и смыслы.



#1. Ре:активная позиция



ПРОСТЫЕ ПРАВИЛА

- Разговаривайте с людьми
- Не бывает авторитетных или неавторитетных пользователей
- Еще раз. Разговаривайте с людьми!

#2. Про:активная позиция



Community management. Ведение тематических и официальных групп, сообществ, блогов: от создания площадки, до ее системной поддержки и продвижения. Мы считаем, что необходимо кроме официальных представительств бренда (персоны) во всех ключевых соц.сетях поддерживать несколько тематических групп, напрямую с брендом не связанных.



Opinion leaders. Выстраивание системных взаимоотношений с лидерами мнений (топ-блогеры, модераторы ключевых сообществ), формирование пулов дружественных пользователей.

Что это даст? Когда будет заметен результат? Какие KPI?

- Донесение позиции по ключевым темам напрямую до целевых аудиторий (без посредников), контроль за дискуссиями, коррекция имиджа (от закрытого – к открытому).
- По нашему опыту, первые результаты будут видны уже через 6-8 недель, принципиальный перелом наступит через 12-15 недель.
- Площадки в социальных сетях могут стать более популярными ресурсами, чем официальные web-представительства.
- Блогеры могут стать «социальными адвокатами» бренда (персоны).

Рома из Владимира vs «Мегафон»



МЕГАФОН

Будущее зависит от тебя



Рома из Владимира vs «Мегафон»



МЕГАФОН
Будущее зависит от тебя



ХМАО-Югра

Интерактивный интерфейс «Власть – Общество»



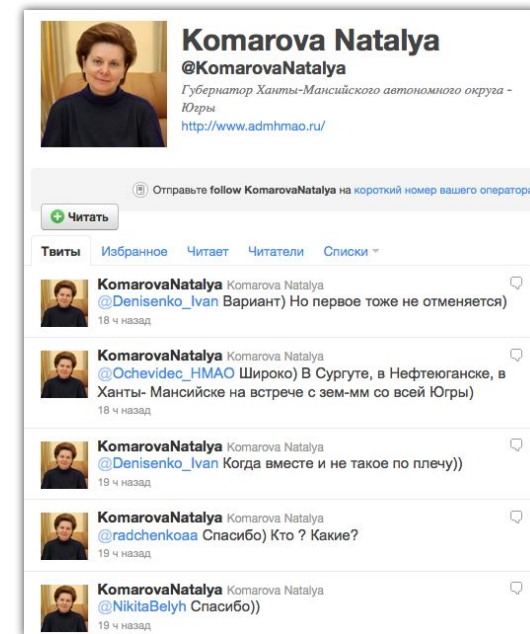
Аккаунт работает как общественная Интернет-приемная губернатора. Ведет лично губернатор Н.В.Комарова.



Официальная страница губернатора, на которой публикуются ключевые новости региона, личные комментарии, а также проводятся online-конференции. Ведет пресс-служба совместно с агентством.



«Инициативное сообщество молодежи Югры». Группа создана под патронажем губернатора, является дискуссионной площадкой для обсуждения активными пользователями инициатив молодежи Югры. Ведет группа представителей молодежного парламента Югры совместно с агентством.



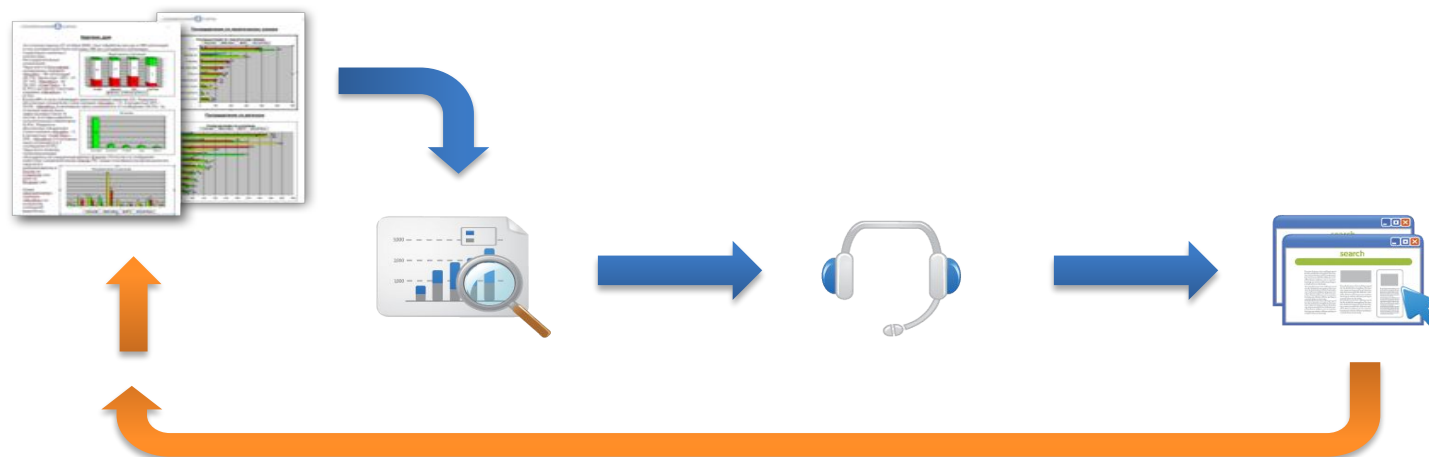
ХМАО-Югра

Интерактивный интерфейс «Власть – Общество»



В ежедневном режиме ведется мониторинг блогосферы и социальных медиа, на основе которого выявляются trouble-tickets (проблемные сообщения). Работа с обращениями граждан ведется на популярных городских форумах и информационных площадках Югры, а также в Facebook, где была создана специальная вкладка «Обращения граждан».

Был разработан и принят официальный регламент работы Правительства ХМАО с Интернет-обращениями граждан.



ХМАО-Югра

Интерактивный интерфейс «Власть – Общество»



За 8 месяцев (сентябрь 2011г. – апрель 2012г.) количество упоминаний о регионе в социальных медиа возросло **более чем на 25%**. Рост количества позитивных сообщений составил **более 35%**.

Губернатор ХМАО Н.В.Комарова заняла **16 место** в рейтинге влияния глав субъектов РФ (**№3 в УрФО**)*. Она занимает **шестое место** в рейтинге самых цитируемых губернаторов-блогеров (**№1 в УрФО**)** и **второе место***** в рейтинге российских женщин-политиков.

Количество подписчиков на официальных площадках губернатора Югры превышает **35 000 человек**. Общая аудитория коммуникации в регионе и на федеральном уровне превысила **26 млн человек**.

Данные:

* Рейтинг Агентства политических и экономических коммуникаций («Независимая газета» от 16 мая 2012г.)

** Исследование компания «Медialogия» (июль 2012г.)

*** Рейтинг Института политики и бизнеса (февраль 2012г.)



SN Wall

SN Wall - это система отбора тематического контента социальных сетей по заданным меткам (ХЕШТЕГАМ) и последующего отображения этого контента на любом видеоносителе (плазменная панель, мультиэкран и т.д.)

SN Wall успешно применяется для освещения хода делового или развлекательного мероприятия, отражения информационного пространства вокруг какого-либо события или происшествия, проведения рекламных акций.

Система **SN Wall** позволяет осуществлять поиск контента в большинстве популярных социальных сетей: Twitter, Facebook, VKontakte, Instagram, Google +, YouTube.

Ключевая особенность **SN Wall** - система не требует никакой дополнительной регистрации. Пользователь использует свои действующие аккаунты в социальных сетях. Все, что нужно сделать - добавить к своему сообщению заданный хештег, например, #МАКС2013.

Пример дизайна SN Wall для мероприятия МАКС-2013

МЕЖДУНАРОДНЫЙ АВИАЦИОННО-КОСМИЧЕСКИЙ САЛОН 2013

#MAKS2013, #MAKS2013

#MAKS2013 Уже на афишах города :)



Сергей Митрофанов
12 апреля, 10:21

Пожалуйста, если вы хотите прямую трансляцию #MAKS2013 от @AviaShow и в этом году. Наберем 1К - жена утвердит на это дело бюджет. :)

AviaShow Info
12 апреля, 10:21

Скоро стартует #MAKS2013! Присоединяйтесь!

Valentine Golubev
12 апреля, 10:21

Премьера новейших зенитно-ракетных комплексов состоится на #MAKS2013, заявил Путин

Голос России
12 апреля, 10:21

Мы уже на #MAKS2013



AviaShow Info
12 апреля, 10:21



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
АВИАЦИОННО-КОСМИЧЕСКИЙ
САЛОН**

27 августа – 1 сентября

При поддержке




Powered by



Social Networks
agency

А по-моему, #MAKS2013 прекрасен

Oleg Volodin
12 апреля, 10:21

А тем временем состоялся первый полёт истребителя 5 поколения Т-50-1 (ранее был известен как ПАК ФА). #MAKS2013

Alexander Vladimirov
12 апреля, 10:21

XI Международный авиационно-космический салон #MAKS2013. До старта авиасалона осталось 55 дней!

korizamarka.ru
12 апреля, 10:21

На #MAKS2013, вас ожидают лучшие модели авиации со всего мира

Голос России
12 апреля, 10:21



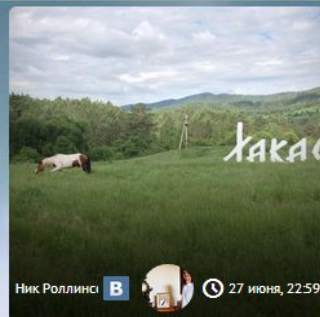




была мечта провести здесь раскопки, и она сбылась — наша работа продолжается уже четыре года. Техники выплавки в Японии и Хакасии отличаются кардинально, и я хочу выяснить причины, которые привели к такому различию. Несмотря на то, что хакасцы и японцы — разные, приезжая в Республику Хакасия, я всегда ощущаю широтворение. Мне кажется, что то подобное чувствует каждый японец, потому что хакасская земля — мать

всего мира», — рассказал археолог, ученый из университета префектуры Э Хи Ясуюки Мураками (Япония). Отметим, что в дни проведения форума для гостей и жителей Республики Хакасия выступили артисты Мариинского театра — сопрано Лариса Юдина, тенор Хачатур Бадалян, дирижер Ян Моритц Онкен (Австрия), а также всемирно известная скрипачка и композитор Ванесса Мэй.

Типичная Хакасия 1 июля, 16:04

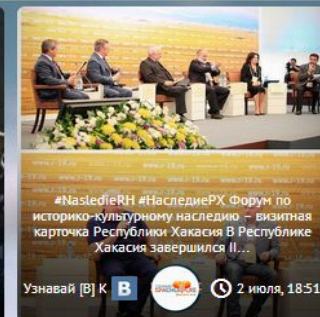


Ник Роллинс 27 июня, 22:59



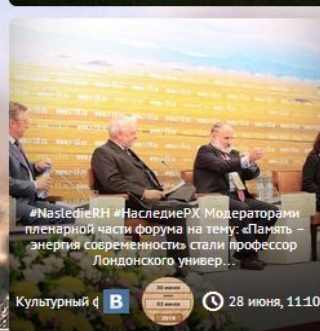
#NasledieRH #НаследиеPX форум-хакасия.рф

Культурный 2 июля, 17:38



#NasledieRH #НаследиеPX Форум по историко-культурному наследию – визитная карточка Республики Хакасия В Республике Хакасия завершился II...

Узнавай [В] К 2 июля, 18:51



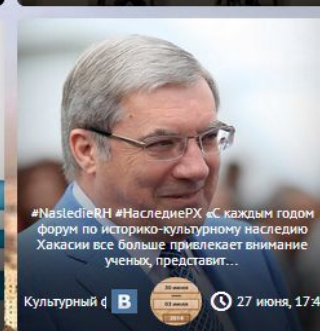
#NasledieRH #НаследиеPX Модераторами пленарной части форума на тему: «Память – энергия современности» стали профессор Лондонского универ...

Культурный 28 июня, 11:10



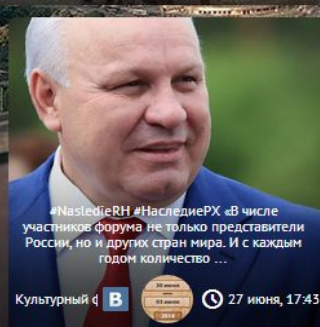
Книга vs интернет: о «свержении» монополии письменности, гибридной книге будущего, «умной» литературе и реальности #НаследиеPX #NasledieRH

Репаблик 2 июля, 14:24



#NasledieRH #НаследиеPX «С каждым годом форум по историко-культурному наследию Хакасии все больше привлекает внимание ученых, представит...

Культурный 27 июня, 17:41



#NasledieRH #НаследиеPX «В числе участников форума не только представители России, но и других стран мира. И с каждым годом количество ...

Культурный 27 июня, 17:43



#NasledieRH #НаследиеPX Форум по историко-культурному наследию – визитная карточка Республики Хакасия В Республике Хакасия завершился III ...

Газета "Хака 1 июля, 16:25



#NasledieRH #НаследиеPX В Хакасии отметили «Тун Пайрам» – праздник «большого молока» В Республике Хакасия состоялся республиканский нац...

Газета "Хака 1 июля, 16:26



Ник Роллинс 27 июня, 23:01

... если еще осталось время



Грейс и Денис считают, что...

"Иногда некоторые вещи нужно делать самому... »

(Грэйс Маргарет Маллиган в фильме Dogville)



«Соцсети — это, как и личная гигиена, то немногое, чем даже самый большой начальник должен заниматься сам...»

(Денис Терехов в интервью изданию «Соль»)



Самому или через помощника?



Никита Белых
[belyh](#)

Один из первых политических деятелей, вышедший в блогосферу. Вести свой блог начал в 2005 году. Журнал автор ведет самостоятельно, регулярно размещая посты на различные темы. Н.Белых часто отвечает на комментарии.



Михаил Прохоров
[md-prokhorov](#)

Поддержка соцмедиа-активности М. Прохорова осуществляется сторонними сотрудниками, о чем он официально заявил сам. Однако все посты написаны от первого лица, так как основные материалы для размещения предоставляются непосредственно автором.

Оба формата позволяют донести до пользователей Интернета позиции авторов и наладить обратную связь и являются популярными источниками информации о персонах.

ВАЖНО, не врать, что ты ведешь блог сам, если его за тебя ведет помощник!

ВОПРОСЫ?



Спасибо за внимание!

ООО «Агентство «Социальные Сети»

Российская Федерация
115191, Москва, ул. Большая Тульская, д.10, стр.1, 4 этаж
Тел\факс: + 7 (495) 221-35-91
info@snetwork.ru
www.snetwork.ru

Дамов Василий, Директор по региональному развитию

+ 7 (902) 991-97-28
v.damov@gmail.com

 [damov.vasily](https://www.skype.com/people/damov.vasily)

 [v.damov](https://www.facebook.com/v.damov)

 [tayshet](https://twitter.com/tayshet)