



SMM

www.specialist.ru

Немного о себе

Опыт работы со стороны клиента и в рекламных агентствах в сфере digital с 2006 года.

Автор более 150 публикаций в профессиональных журналах.

Автор единственного специализированного портала в Рунете о поиске работы в сфере медиа-профессий:
www.mediajobs.ru

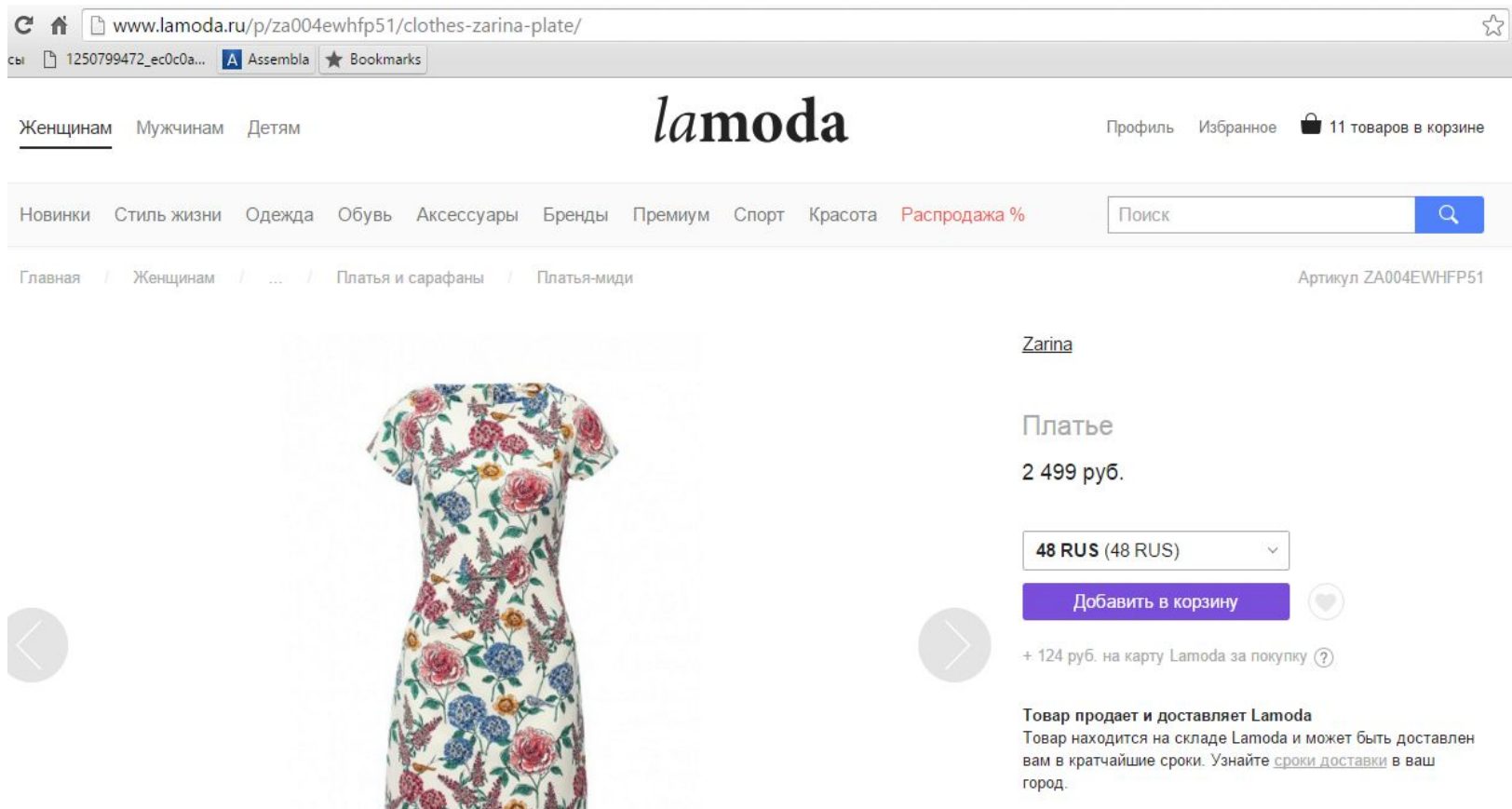


семейные кафе & кондитерские

Монетизация интернет-проектов

Монетизация - извлечение прибыли из проекта.

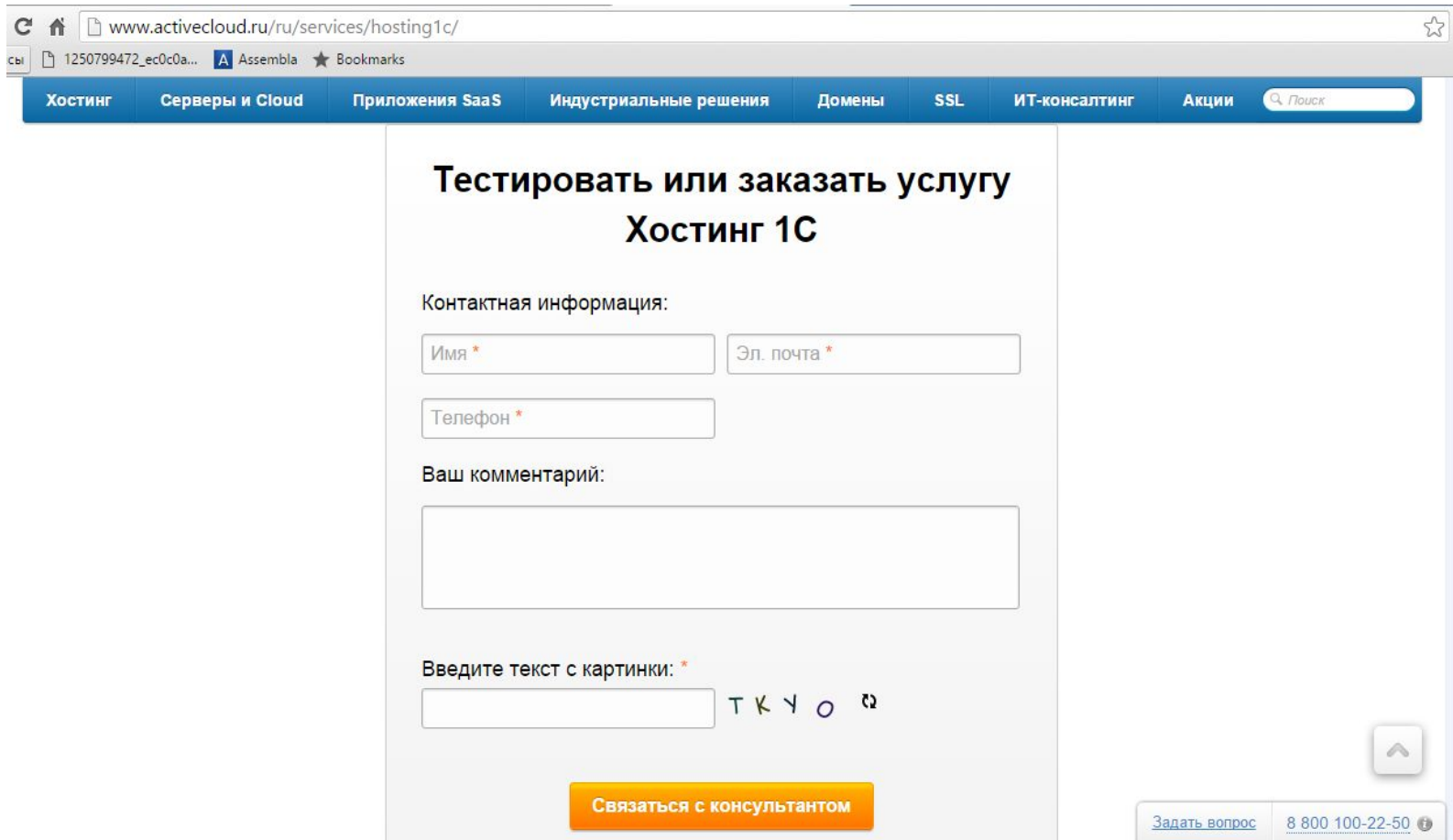
1. Продажа товаров (интернет-магазин)



The screenshot shows a web browser window displaying the Lamoda website. The address bar shows the URL: www.lamoda.ru/p/za004ewhfp51/clothes-zarina-plate/. The page features the Lamoda logo and navigation links for 'Женщинам', 'Мужчинам', and 'Детям'. A search bar is visible with the text 'Поиск'. The main content area displays a floral dress with a white background and colorful flowers. The price is listed as 2 499 руб. Below the price, there is a dropdown menu showing '48 RUS (48 RUS)' and a button labeled 'Добавить в корзину'. A note indicates a discount: '+ 124 руб. на карту Lamoda за покупку'. The footer text states: 'Товар продает и доставляет Lamoda. Товар находится на складе Lamoda и может быть доставлен вам в кратчайшие сроки. Узнайте [сроки доставки](#) в ваш город.'

Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)



The screenshot shows a web browser window with the URL www.activecloud.ru/ru/services/hosting1c/. The browser's address bar and tabs are visible. Below the browser window is a navigation menu with the following items: Хостинг, Серверы и Cloud, Приложения SaaS, Индустриальные решения, Домены, SSL, ИТ-консалтинг, and Акции. A search bar with the text "Поиск" is located to the right of the menu.

The main content area features a heading: **Тестировать или заказать услугу Хостинг 1С**.

Below the heading is a section titled "Контактная информация:" with three input fields: "Имя *", "Эл. почта *", and "Телефон *".

Below the contact information is a section titled "Ваш комментарий:" with a large text area.

Below the comment field is a section titled "Введите текст с картинки: *" with an input field and a CAPTCHA image showing the characters "Т К У О".

At the bottom of the form is a prominent orange button labeled "Связаться с консультантом".

In the bottom right corner of the page, there is a "Задать вопрос" button and a phone number "8 800 100-22-50".

Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе партнерка)

The screenshot shows the Kinopoisk.ru website interface. At the top, there's a navigation bar with the site name and a search bar. The main banner features the movie "Бэтмен против Супермена: на заре справедливости" (Batman v Superman: Dawn of Justice) with a large red logo and the text "УЖЕ В КИНО". To the right, there's a "#КТОПОБЕДИТ" hashtag and a "СМОТРЕТЬ ТРЕЙЛЕР" button. Below the banner is a navigation menu with categories like "афиша & тв", "тексты", "медиа", "общение", "рейтинги", "DVD & Blu-Ray", and "играть!". The search bar is prominently displayed with the text "КиноПоиск найди своё кино!". Below the search bar, there are sections for "СЕГОДНЯ В КИНО", "СКОРО В КИНО", and "ВИДЕО". The "СКОРО В КИНО" section features movie posters for "Братья из Гримсби", "Высота", and "Полтора шлона". The "ВИДЕО" section has a "СМОТРЕТЬ!" button. At the bottom, there are sections for "Премьеры", "Постеры & фото", "Кинособытия", and "Ежедневные опросы". A "lamoda" advertisement is visible in the bottom right corner.

Монетизация интернет-проектов


1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе маркетплейс и транзакционный бизнес/партнерка)
4. Рейтинги/списки/биржа/платный контент (не на правах рекламы, «независимые» рейтинги)

www.banki.ru/services/responses/

50 банков с наибольшим количеством зачатенных отзывов за последние 365 дней

Банк	Рейтинг	Средняя оценка	Зачтено отзывов за все время	Решено проблем	Ответов банка
1 Авангард	74,6	3,83	1 628 из 4 349	191	1 943
2 Тинькофф Банк	64,9	3,49	2 638 из 10 203	412	10 193
3 ДельтаКредит	63,2	3,83	412 из 1 333	6	1 099
4 РосинтерБанк	48,9	2,63	401 из 1 142	87	1 104
5 АйМаниБанк	47,2	2,35	473 из 1 541	138	1 279
6 Альфа-Банк	42,2	2,13	6 307 из 16 742	1 264	16 372
7 Бинбанк	41,8	2,17	1 389 из 3 077	355	2 810
8 Локо-Банк	41,7	2,33	152 из 488	34	398

Banki.ru:





30 000 Р **Антивирус ESET NOD32**

НАПИСАТЬ ОТЗЫВ

СТАНЬ ГЕРОЕМ ВИДЕОСЮЖЕТА

Каждый посетитель сайта может стать героем рубрики «Цена вопроса»

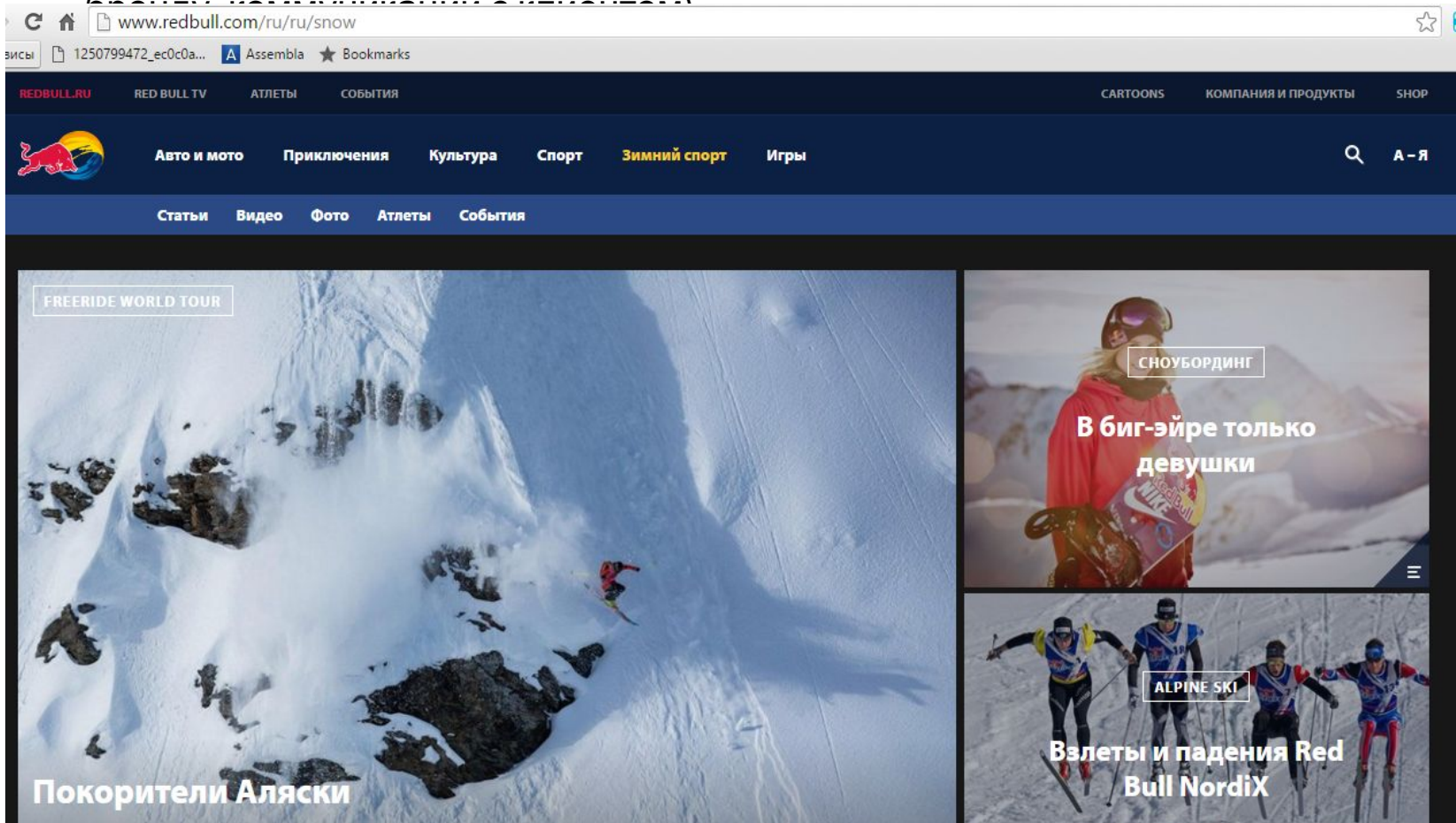
 Напишите отзыв в Народном рейтинге

 Отправьте ссылку на свой отзыв на электронный адрес цена_voprosa@banki.ru

Видео из рубрики «Цена»

Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе маркетплейс и транзакционный бизнес/партнерка)
4. Рейтинги/списки/биржа/платный контент (не на правах рекламы, «независимые» рейтинги)
5. Сайт компании/бренда/спецпроектов (трафик в оффлайн, лояльность к бренду, маркетинговым инструментам)



Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе маркетплейс и транзакционный бизнес/партнерка)
4. Рейтинги/списки/биржа/платный контент (не на правах рекламы, «независимые» рейтинги)
5. Сайт компании/бренда/спецпроектов (трафик в оффлайн, лояльность к бренду, коммуникации с клиентом)
6. Продажа проекта/доли в проекте

Яндекс покупает Auto.ru за \$175 млн
Microsoft покупает Skype за \$8,5 млрд

Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе маркетплейс и транзакционный бизнес/партнерка)
4. Рейтинги/списки/биржа/платный контент (не на правах рекламы, «независимые» рейтинги)
5. Сайт компании/бренда/спецпроектов (трафик в оффлайн, лояльность к бренду, коммуникации с клиентом)
6. Продажа проекта/доли в проекте
7. Продажа базы/лидов

8

Яндекс Недвижимость

Опубликовано 1 На модерации 0 Не опубликовано

Поднять Вкл

...лашиха, район Южное Кучино

Поднять Вкл

Истекает Продвижение

6 май Ещё 2 дня Вкл

Новое объявление

Премиум размещение
в 100 раз больше просмотров

- Показывается в начале выдачи
- Показывается на главной странице в блоке «Премиум объявления»
- Включает разовое поднятие
- Побеждает при склейке дублей
- Услуга действует 7 дней

[подробнее об услуге](#)

Недоступно без фото

Поднятие в топ
в 20 раз больше просмотров

- Поднимается в топ-5 выдачи
- Побеждает при склейке дублей
- Услуга действует 7 дней

[подробнее об услуге](#)

Недоступно без фото

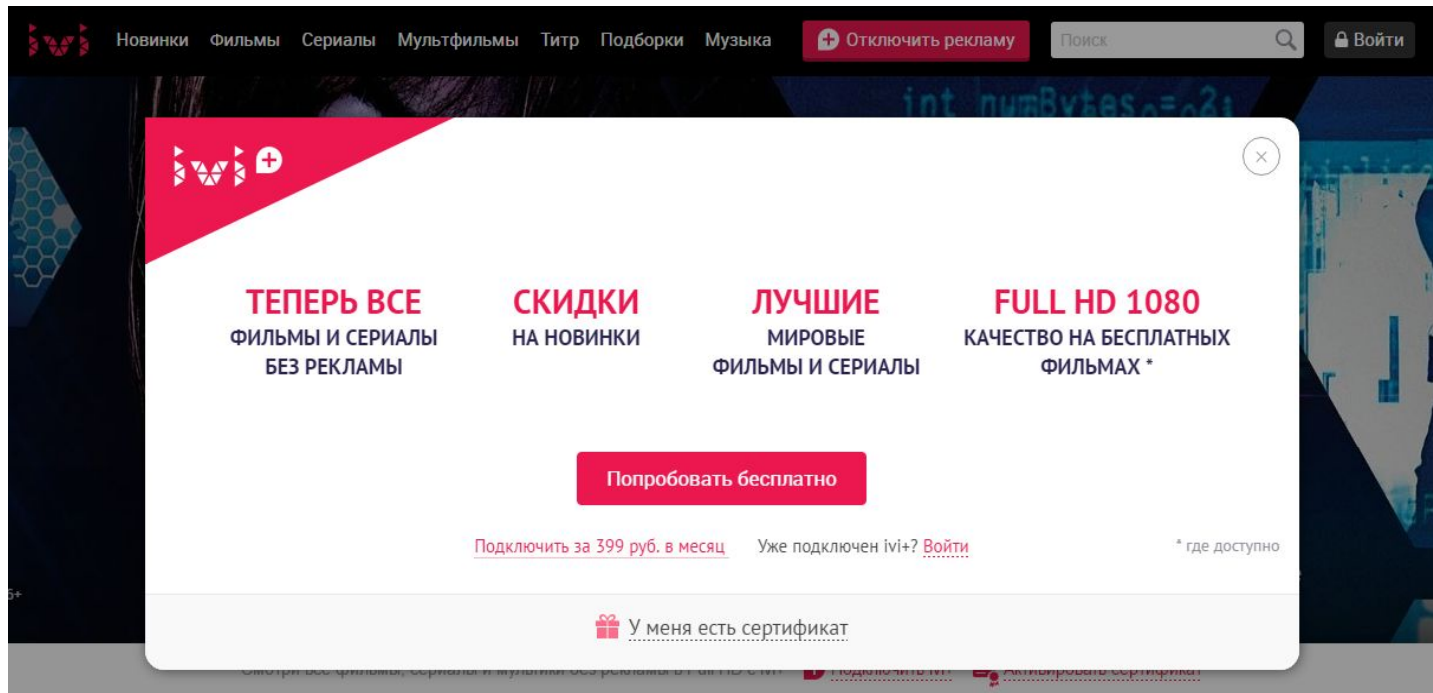
Публикуя объявление вы соглашаетесь с [условиями размещения](#) и [правилами публикации объявлений](#)

Отмена Опубликовать бесплатно

© 2010–2016 ООО «Яндекс» Вся недвижимость Пользовательское соглашение Помощь

Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе маркетплейс и транзакционный бизнес/партнерка)
4. Рейтинги/списки/биржа/платный контент (не на правах рекламы, «независимые» рейтинги)
5. Сайт компании/бренда/спецпроектов (трафик в офлайн, лояльность к бренду, коммуникации с клиентом)
6. Продажа проекта/доли в проекте
7. Продажа базы/лидов
8. Модель подписки



Монетизация интернет-проектов

1. Продажа товаров (интернет-магазин)
2. Продажа услуг (интернет-магазин, сайт для заявок)
3. Продажа рекламы (в том числе маркетплейс и транзакционный бизнес/партнерка)
4. Рейтинги/списки/биржа/платный контент (не на правах рекламы, «независимые» рейтинги)
5. Сайт компании/бренда/спецпроектов (трафик в оффлайн, лояльность к бренду, коммуникации с клиентом)
6. Продажа проекта/доли в проекте
7. Продажа базы/лидов
8. Модель подписки
9. Плати только за то, что используешь



The screenshot shows the Amazon Web Services console interface. At the top, there is a navigation bar with the Amazon logo and 'web services' text. The main navigation menu includes 'Продукты', 'Решения', 'Цены', and 'Программное обеспечение'. On the right side of the navigation bar, there are options for 'Русский', 'Мой аккаунт', and a 'Регистр' button.

The main content area displays a table of EC2 instance pricing for the 'Оптимизация вычислений – Текущее поколение' category. The table has columns for instance type, vCPUs, memory (GiB), price per hour, and availability options.

Instance Type	vCPUs	Memory (GiB)	Price per Hour	Availability
c4.large	2	8	3.75	Только EBS
c4.xlarge	4	16	7.5	Только EBS
c4.2xlarge	8	31	15	Только EBS

SMM – Social Media Marketing

Маркетинг в социальных сетях ([англ. Social Media Marketing, SMM](#)) — процесс привлечения внимания через [социальные платформы](#)^{[1][2]}.

Это комплекс мероприятий по использованию [социальных медиа](#) в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Маркетинг в социальных сетях включает в себя множество методов работы. Самые популярные из них — это построение [сообществ бренда](#) (создание представительств компании в социальных медиа), работа с [блогосферой](#), [репутационный менеджмент](#), персональный [брендинг](#) и нестандартные инструменты.

Википедия.

... И О соцсетях

По данным Международного союза электросвязи от 22.07.2016, количество пользователей интернета в мире составляет 3,5 миллиарда человек.

В России процент вовлеченности – 70,4% (84 млн. человек в возрасте от 16 лет), среди россиян (16-29 лет), по данным немецкой GfK - 97%.

По данным Brand Analytics в России ежемесячно 37 млн. авторов публикуют 588 млн. сообщений, то есть более 19 млн. сообщений ежедневно. Среди всех интернет-медиа ресурсов социальные сети занимают долю в 74,3%.

На что люди тратят время в интернете
(онлайн население 14+, август 2017)



	Доля времени (%)		Охват (%)	Проведенное время (ч:м:с)
Социальные сети	32%	↑	93%	19:53:06
Коммуникации	11%	↑	91%	7:14:15
Media-On-Demand	10%	↑	85%	7:09:43
Информация/Новости	10%	↓	95%	6:17:46
Покупки/Аукционы/Аренда	9%	≡	92%	5:30:51
Игры	7%	↓	56%	7:23:29

GfK Crossmedia Panel, пассивный замер с использованием трекера, выборка = 6000 человек; Август 2017
GfK Rus Annual Conference | October 13, 2017 | Moscow

2

Аудитория социальных сетей в России млн.чел

На 2017 .

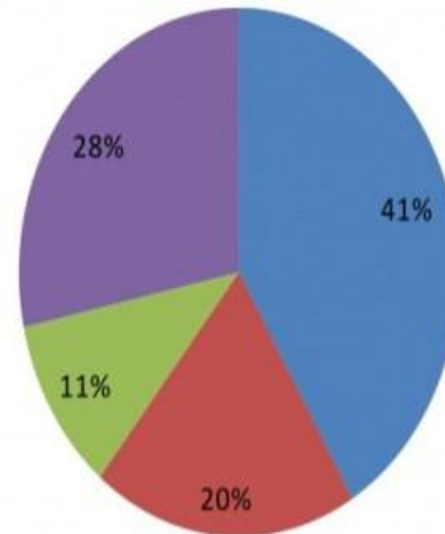
Абсолютный лидер -
ВКонтакте (более 49 млн.
человек).

Второе место -
Одноклассники (37,5 млн.
человек)

Третье – Facebook (24,6 млн.
человек).

И приложение Instagram.
Характерной особенностью
данной сети является то, что
более 75% авторов постов
являются представителями
женского пола

■ ВКонтакте ■ Facebook ■ Instagram ■ Одноклассники



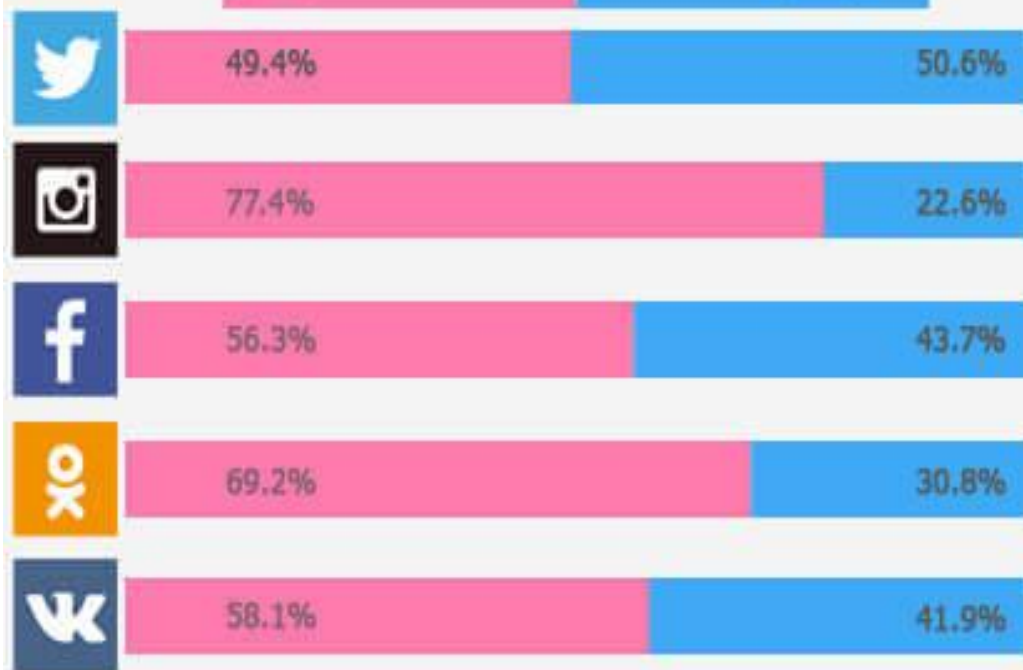
АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ в России

Гендерное распределение



женщины

мужчины



Возрастное распределение



Данные о возрасте пользователей в Instagram и Twitter отсутствуют.

ВКонтакте

Основные возрастные группы авторов:

- А) до 18 лет – 24%+
- Б) от 18 до 24 лет – 32,3%+
- В) от 25 до 34 лет – 32,1%+

Самая активная - молодежь: на неё приходится более 64%

Facebook

Основные возрастные группы авторов:

- А) от 25 до 34 лет – 35,3%
- Б) от 35 до 44 лет – 32,6%
- В) от 45 до 54 лет – 16,8%

Самая активная аудитория – средний возраст .



АКТИВНОСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В КОНТАКТЕ!

Когда нужно постить? Когда больше лайкают?

543

Всё об активности аудитории сообществ

ДАННЫЕ

СООБЩЕСТВ

В контакте

за период 3 месяца

АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
15'485,868

ОХВАЧЕНО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
56'078,412

утренние часы



ЗАФИКСИРОВАНО:

с **19**

до **23**

151'348 диалогов

192'265 постов с комментариями

505'219 постов

9 суток (220 часов) среднее время диалогов поста

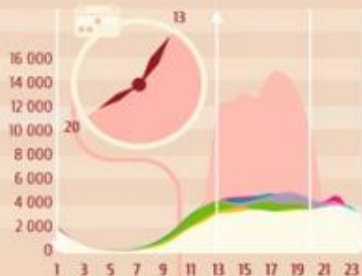
76 часов среднее время до первого комментария



и многие другие

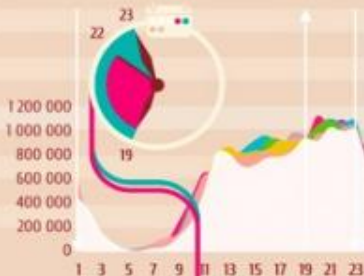
ПОСТЫ

Самое активное время — СРЕДА с 13 до 20 ч



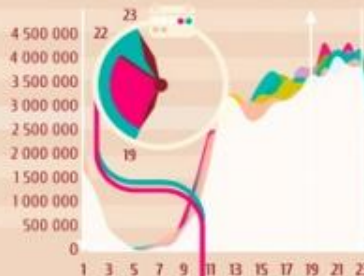
ЛАЙКИ

Самое активное время — ЧЕТВЕРГ и ПЯТНИЦА с 19 до 23 ч



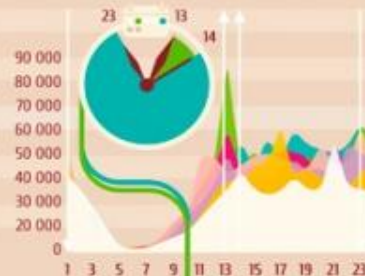
ПЕРЕПОСТЫ

Самое активное время — ЧЕТВЕРГ и ПЯТНИЦА с 19 до 23 ч



КОММЕНТАРИИ

Самое активное время — ВТОРНИК и ПЯТНИЦА с 13 до 23 ч



ПОНЕДЕЛЬНИК

ВТОРНИК

СРЕДА

ЧЕТВЕРГ

ПЯТНИЦА

СУББОТА

ВОСКРЕСЕНИЕ

СЛАБО АКТИВНЫЕ ДНИ

С подробным списком Вы можете ознакомиться здесь:

<http://www.jagajam.com/ru/page/wallglory>

Стена славы

Каналы потребления



ВОЗРАСТНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ МОБИЛЬНОГО ИНТЕРНЕТА



Какие специалисты работают в агентствах?

Копирайтер.

Копирайтер пишет тексты. Отличие SMM-копирайтера от обычного копирайтера – умение хорошо писать очень маленькие тексты.

- Занимается разработкой рекламной концепции.
- Создает рекламные тексты, слоганы.
- Трансформирует рекламные идеи.

В SMM работает правило «Если что-то из текста можно убрать, это нужно убрать».

Рерайтор

Рерайтор пишет тексты. Отличие SMM-рерайтора от обычного – умение хорошо писать очень маленькие тексты.

- Занимается описанием разработанной рекламной концепции.
- Описывает рекламные тексты, слоганы.

В SMM работает правило «Если какой-то текст содержит две мысли – сделай два текста».

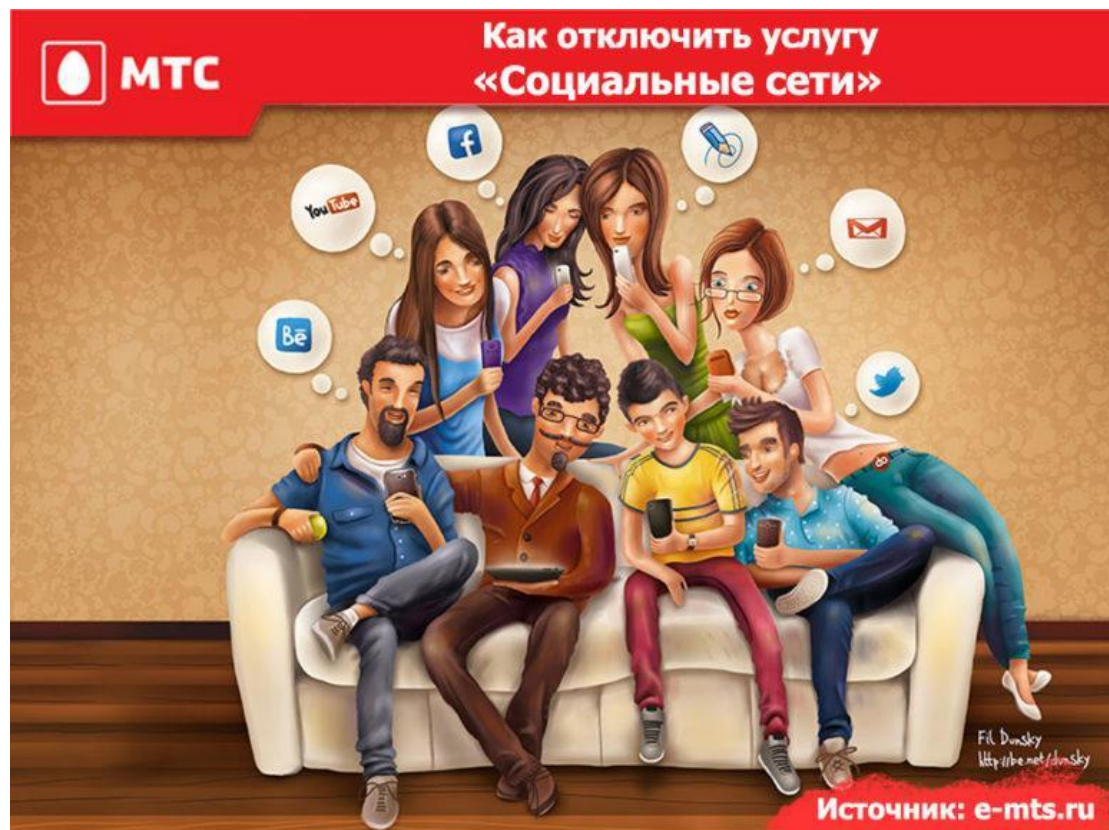
Какие специалисты работают в агентствах?

Дизайнер .

Дизайнер делает картинки. Отличие SMM-дизайнера в том, что не требуется огромный навык работы в графических редакторах.

Требуется умение делать «стильные» картинки быстро и в больших количествах.

Желательно, также, уметь рисовать инфографику.



Какие специалисты работают в агентствах?

Редактор.

Редактор осуществляет последнюю проверку материала.

Отличие редактора в SMM от редактора – работа с небольшими текстами.

Огромное количество времени и внимания уделяется проверке фактов!



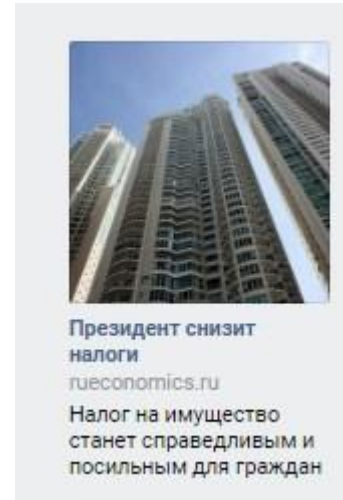
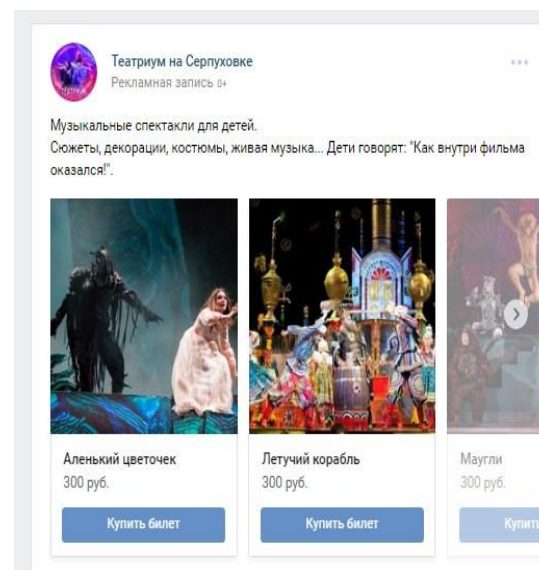
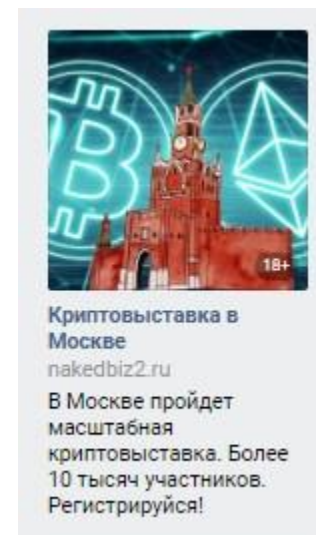
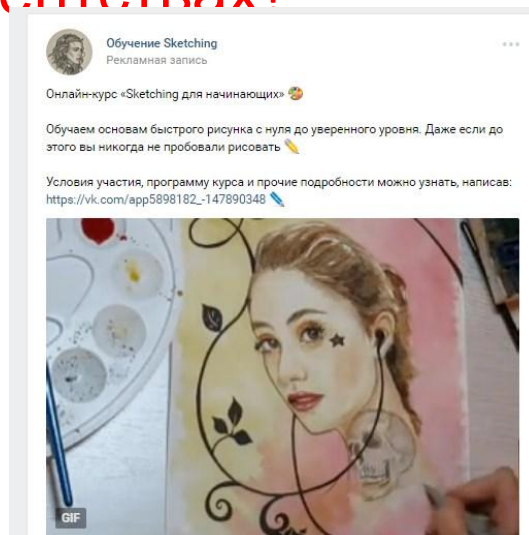
Какие специалисты работают в агентствах?

Таргетолог

Создание, настройка и контроль рекламных кампаний в системах таргетированной рекламы.

Аналитика рекламной кампании, корректировка стратегии.

Создание графических и текстовых материалов в рамках рекламных кампаний;



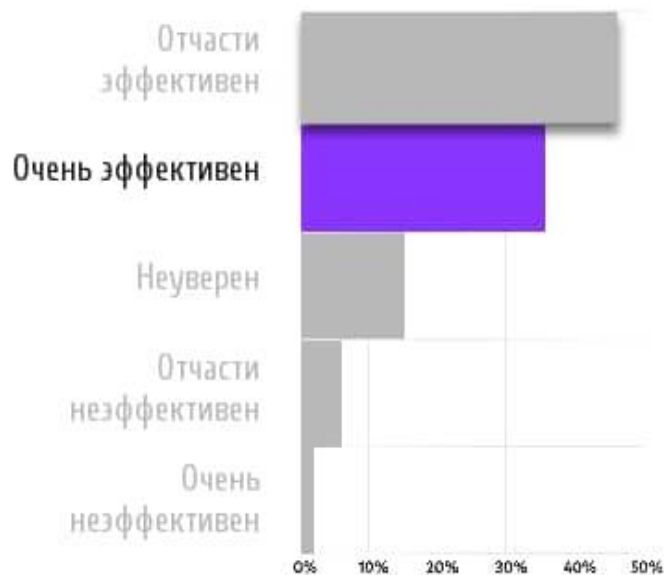
Штатный SMM-специалист считается
этаким человеком-оркестром, который
объединяет все вышеперечисленные
обязанности.

Он должен и писать тексты, и делать
картинки, и проверять, и настраивать
рекламу, и он же несет полную
ответственность за ошибки и опечатки.

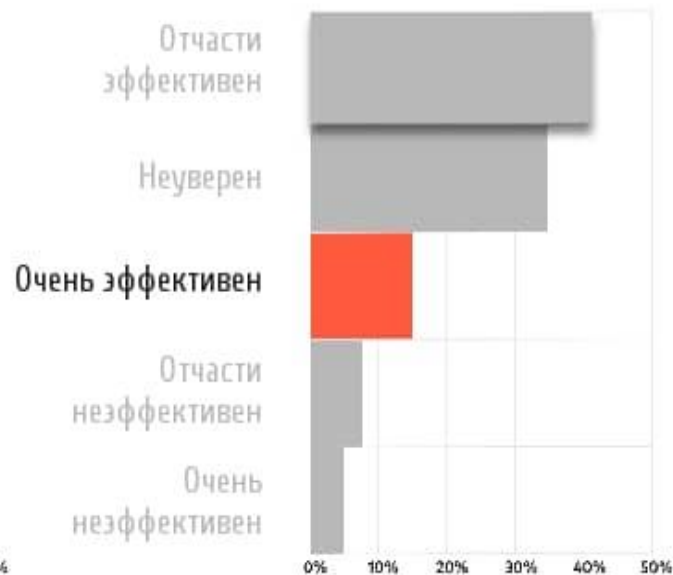
Маркетинг в социальных сетях в 2018 году

Насколько SMM эффективен для вашего бизнеса?

Компании, инвестирующие в рекламу

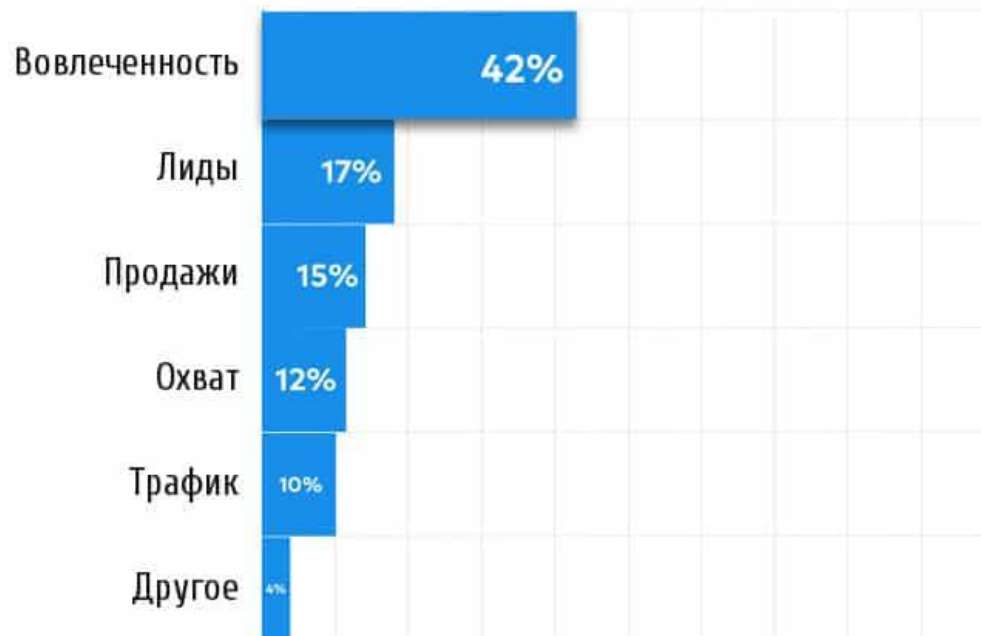


Компании, не инвестирующие в рекламу



Рекламные показатели в социальных сетях

На что вы ориентируетесь при измерении ROI рекламы в соцсетях?



THE
STATE OF
SOCIAL 2018

(Source: State of Social 2018, sample size: 1,796 social media marketers)

Кейсы в SMM. PR



ТНТ. Физрук

четыре часа назад

Неотразимая Яна Троянова 🥰❤️



♥ Нравится 255 🗨 1



ТНТ. Физрук

вчера в 8:00

Владимир Сычёв и Даниил Вахрушев во время съёмок Физрук. От звонка до звонка. 🤪👍



♥ Нравится 91 🗨

👁 14K



ТНТ. Физрук

вчера в 21:00

Ждёте 3 сезон?



♥ Нравится 1205 🗨 5

👁 32K

Кейсы в SMM. Личный блог

СВОБОДЫ ВСЕГДА НЕ ХВАТАЕТ. ПОРОЙ КАЖЕТСЯ, ЧТО ВООБРАЖЕНИЕ – ЭТО ПОСЛЕДНЯЯ СВОБОДА, ЧТО НАМ ОСТАЛАСЬ



ХОТЯ "СВОБОДА" – ЭТО ТАКОЕ ЭФЕМЕРНОЕ ПОНЯТИЕ. ОНА БЫВАЕТ СОВЕРШЕННО РАЗНОЙ



Кейсы в SMM. Сообщество

MDK. СТАТИСТИКА

Среднее суточное количество

637 774

Общее количество

5 961 244

уникальных посетителей за последние 30 дней



КЕЙС: MDK может убить даже Джима Керри

27 июля мы решили поднять свою посещаемость и сделали пост

Результат: 20 000 комментариев, 90 000 лайков, 11 000 репостов.

Порядка 10 публикаций в СМИ о том, что Керри умер, а через пару дней появилось официальное заявление пресс-службы актера о том, что они жив и здоров.

Сообщение: представители актера опровергли эту информацию и сообщили общественности, что он жив и прекрасно себя чувствует. Кроме того, ложные данные о гибели актера через некоторое время были удалены из соцсети.



Кейсы в SMM. Сообщество фанатов

- 60 тысяч подписчиков «ВКонтакте» за полтора месяца

1. Правильная целевая реклама, место и время

Название кампании:	Футбол
Лимит объявления:	300 рублей
Цена за 1000 показов:	0.22 рубля
Статус:	Остановлено (?)
Рекламные площадки:	Только ВКонтакте
Ограничение показов:	Ограничивать до 100 показов на человека
Тематики:	Интернет-издания (Новости и СМИ)
Целевая аудитория:	493 216 человек
Группы:	Я там, где «Реал Мадрид» Real Madrid C.F., Real Madrid C.F. Реал Мадрид, Реал Мадрид Real Madrid, Реал Мадрид Real Madrid, Я там, где «Реал Мадрид», Real Madrid CF, Реал Мадрид Real Madrid CF, • Real Madrid •
Ссылка:	http://vk.com/ff?ad_id=15367773 Редактировать

Реал Мадрид или Атлетико?
Страница



Редактировать

Копировать

Реал Мадрид победит?
Страница



Редактировать

Копировать

Если вы смотрите сюда
Страница



то вы настоящий фанат футбола. А теперь найдите на мяч.

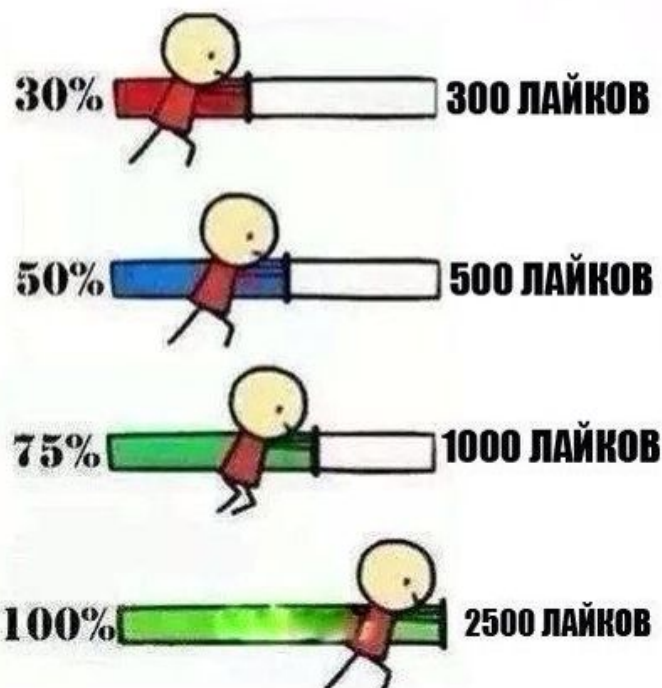
Редактировать

Копировать

• 60 тысяч подписчиков «ВКонтакте» за полтора месяца

2. Правильная коммуникация в группе

КАК СИЛЬНО ВЫ ЛЮБИТЕ **ФУТБОЛ**?



Кто-то из этих двух команд сделает золотой дубль и выиграет заветный Кубок Лиги Чемпионов.



Кто выиграет финал Лиги Чемпионов?

Открытый референдум

- «Атлетико» Мадрид
- «Реал» Мадрид

“ У актеров и маркетологов одна общая задача - мы пытаемся достучаться до аудитории, чтобы они услышали нашу историю.” - Кевин Спейси

Форматы контента

Длинный

Короткий

Информационный

Развлекательный

Гибридный

Тенденции развития контента

- Бренды будут создавать внутренние структуры, которые больше будут напоминать редакционные отделы в издательствах, чем классические отделы маркетинга. Некоторые из них зайдут так далеко, что создадут целые подразделения, как это сделал Red Bull Media House, который даже стремится монетизировать свой контент
- Бюджеты будут смещаться от платного продвижения к инвестициям в производство собственного контента, чтобы привлечь аудиторию рассказами, которыми захотят делиться в социальных медиа.
- Контент будет следовать за потребительскими тенденциями, чтобы быть более **наглядным, полезным и интересным.**

Цели контента

1. Завлечь аудиторию
2. Увеличить продажи
3. Повысить лояльность
4. Прирост аудитории как прямое доказательство роста лояльности

Виды контента

1. Познавательный
2. Развлекательный
3. Бренд-контент
4. Вечный или ситуационный
5. Продающий

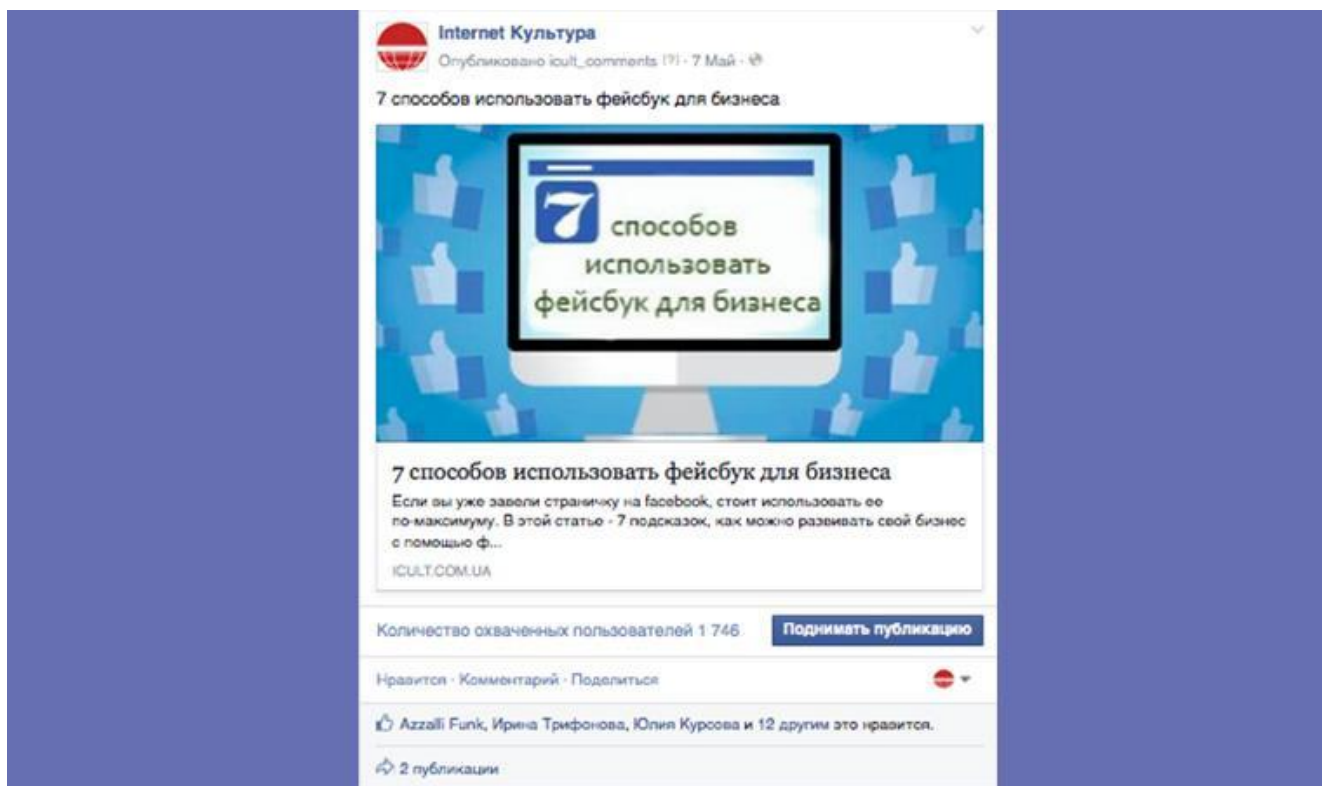


О чем писать. Три основные категории контента

1. Образовательный контент

Главное правило – польза. Обычно, 60% от всего контента страницы. Соответствует тематике бренда.

Как работает: информирует аудиторию



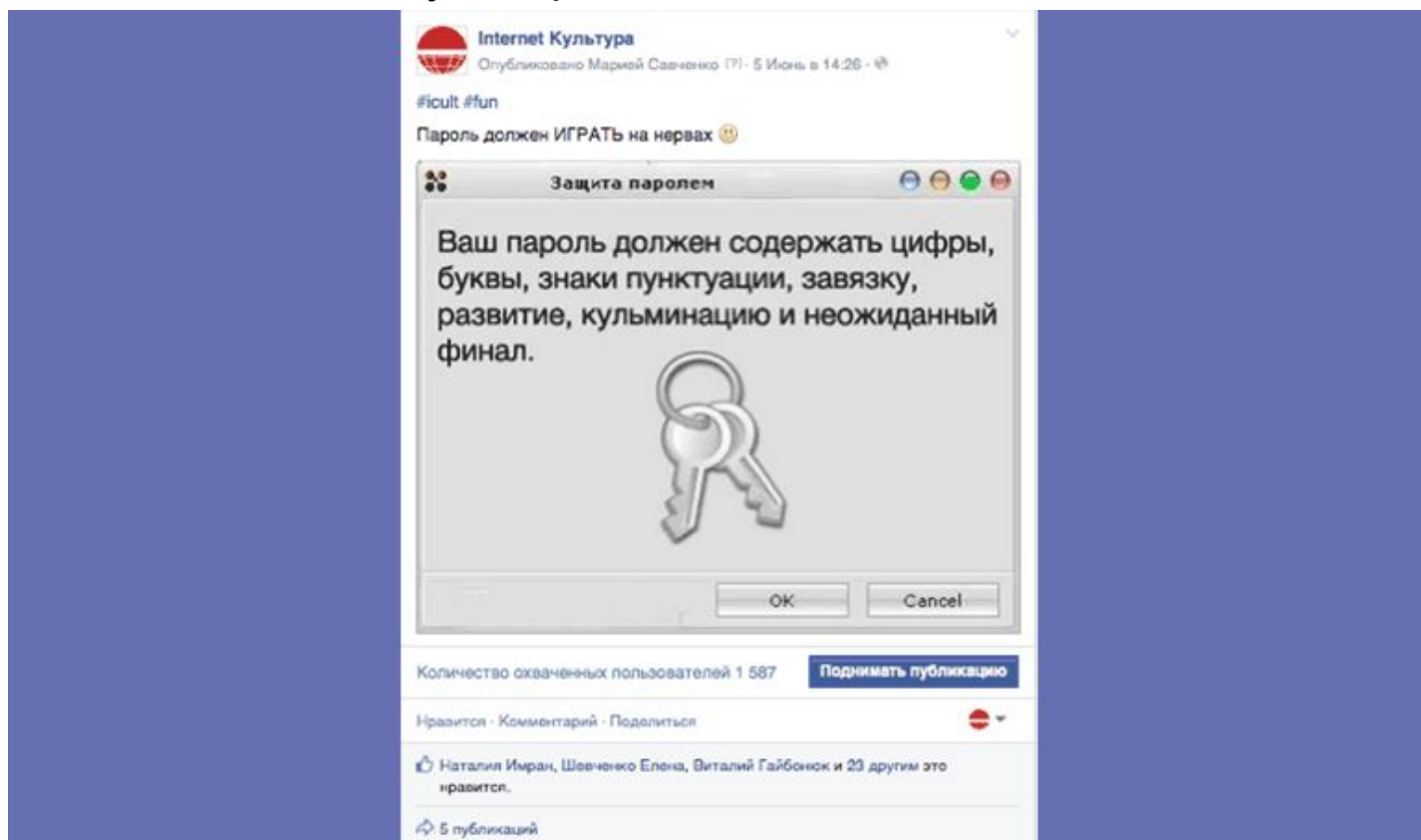
О чем писать. Три основные категории контента

2. Развлекательный контент

Главное правило – чувство юмора и меры. 30% от всего контента страницы.

Высокое качество изображений.

Как работает: вовлекает аудиторию

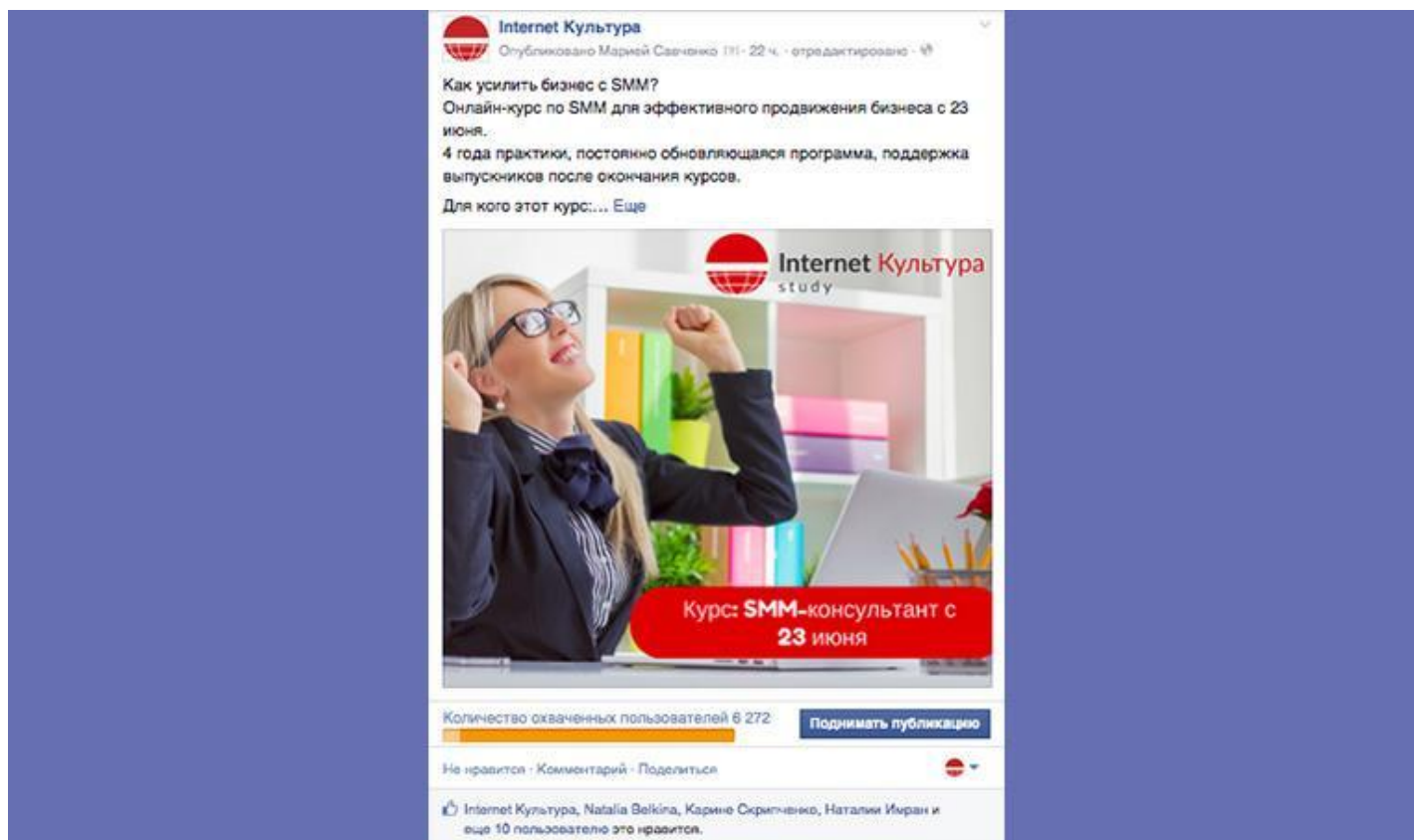


О чем писать. Три основные категории контента

3. Брендированный/Продуктовый контент

Главное правило – решать проблему пользователя. Добавлять в пост ссылку на ваш продукт (товар, услугу). 10% от всего контента страницы.

Как работает: генерирует трафик на сайт, стимулирует интерес к продукту.



The image shows a screenshot of a Facebook post from the page "Internet Культура". The post is titled "Как усилить бизнес с SMM?" and describes an online course for SMM specialists. The post includes a photo of a woman in a business suit looking thoughtful, with the "Internet Культура study" logo overlaid. A red banner at the bottom of the photo reads "Курс: SMM-консультант с 23 июня". Below the photo, the post shows engagement metrics: "Количество охваченных пользователей 6 272" and a "Поднимать публикацию" button. At the bottom, it says "Не нравится · Комментарий · Поделиться" and lists users who liked the post: "Internet Культура, Natalia Belkina, Карине Скрипченко, Наталии Икран и еще 10 пользователям это нравится".

Ситуационный контент



ПОЧУВСТВОВАТЬ СИЛУ – БЕСЦЕННО

MasterCard
5556 8000 5241 2887
12/16

**ДЕТАЛИ ПРОМО НА
SILA.MASTERCARD.RU**

ЗВЁЗДНЫЕ ВОИНЫ

© & TM Lucasfilm Ltd. Lucasfilm Ltd. не является организатором акции. Своей организацией акции с 01.10.2015 по 31.09.2016 (включительно). Организатор акции – ООО «ТРА Marketing Services». Информация о правилах проведения акции, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения размещена на сайте sila.mastercard.ru.

Прогнозируемый контент

1. **Праздники и важные даты:** Международные праздники (Новый Год, День Святого Валентина), или локальные (День защитника Отечества, Масленица, День Конституции).

менее популярные информационные поводы: Международный день объятий, Международный день без интернета, День бухгалтера

2. **Локальные события:** выпал первый снег? Организовали городской фестиваль?

3. **Выход новой продукции в вашей компании. Сезонные скидки и т.п.**

Вовлекающий контент

Вовлекающий контент может быть представлен в виде:

- регулярных опросов
- фото-, видеоновостей с приглашением к диалогу;
- обсуждений и поощрений отзывов от клиентов;
- советов от пользователей по улучшению продуктов;
- ответов на вопросы;
- викторин на знание ваших услуг и продуктов и других конкурсов.

Пользовательский контент

Пользовательским контентом могут быть:

- репортажи и интервью сотрудников;
- интервью клиентов;
- интервью с админами и модераторами;
- видео с ваших мероприятий, конференций, встреч;
- рассказы клиентов об использовании вашей продукции;
- небольшое видео о сотрудничестве с вами;
- предложения от клиентов;
- общие проблемы и решения.

Обучающий контент

Обучающий контент может содержать следующее:

- история организации;
- справочная информация о продуктах и услугах;
- ваши награды и сертификаты;
- анонсы предстоящих событий;
- новости отрасли;
- исторические факты близкие к теме сообщества;
- серия вебинаров о ваших товарах и их использовании.

Виды контента

Подборки с полезностями. Тексты, фото, видео.



Мамины Идеи :) Детские книги
7 ноя в 19:37

Кажется, пора начинать вырезать)
Шаблоны на окна.



Шаблоны на окна.gar
16 МБ

Нравится 60 Комментировать 15

1.7K



Ты восхитительна поделился(-ась) видео БЕРИ И ДЕЛАЙ.

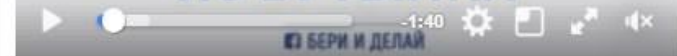
4 ч · €

Шикарная ваза из стеклянной бутылки своими руками.

ШИКАРНАЯ ВАЗА



ИЗ БУТЫЛКИ



Просмотры: 185 411

БЕРИ И ДЕЛАЙ
11 ч · €

Нравится Страница

Шикарная ваза из стеклянной бутылки своими руками.
Master Sergeich, bit.ly/2wAHgD

495

Виды контента

Юмор и цитаты

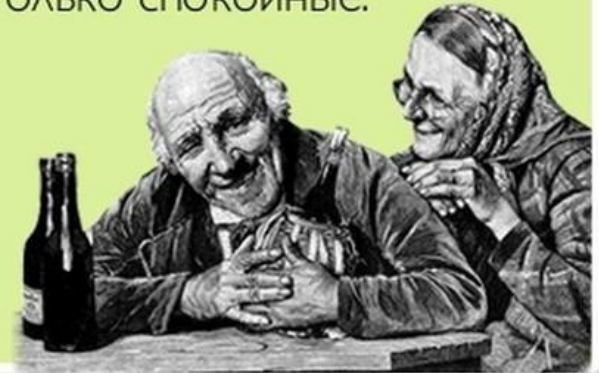
6 января: День памяти салатов.
В этот день на Руси
выбрасывают
испортившиеся салаты.
Сопровождается
обещаниями готовить
в следующий раз меньше.

Аtkritka.com



olgaalenushka.photoshare.ru

Алкоголь убивает нервные клетки.
Остаются только спокойные.



Аtkritka.com

Работать надо
не 12 часов,
а головой

Стив Джобс

Литчип

Виды контента

Обратная связь



Киномакс
27 окт в 18:30

#Киномакс_Конкурсы - Тор: Рагнарёк

Друзья! Киномакс объявляет конкурс - розыгрыш умопомрачительной сувенирной продукции, посвященной новому фильму от MARVEL.

Внимательно читайте условия конкурса, за призы придется побороться и привлечь своих друзей.

[Показать полностью...](#)



Сеть кинотеатров КИНОМАКС
kinomax.ru

Нравится 1 948 Комментировать 88 1 790 49K



Учебный центр «Специалист» при МГТУ Баумана
21 июл в 16:52

Почему умные люди, когда думают, чешут лоб, а глупые - затылок?
На самом деле это - миф :)

Когда человек чего-то не знает, он водит глазами по сторонам «в поисках ответа» и интуитивно тянет руку в затылочную часть черепа. Когда же человек знает или думает, что знает, он старается вспомнить это, и пытается сосредоточиться. Поэтому его взгляд останавливается в одной точке, а рука выполняет функцию подставки для «тяжелеющей» от мыслей головы.

Итак, наш традиционный пятничный опрос!



Нравится 3 Комментировать 1K


Виды контента

Продающий контент

К Киномакс
7 ноя в 13:41

#Киров #Киномакс_Киров #ДеньКино

Билеты в кино от 99 до 140 рублей! 👍



Нравится 10 Комментировать 3 14K

Catery
Реклама · 🌐

Нравится Страница

Как насчет бургер-вечеринки в офисе? 😊
Бургер-сет Стандарт за 4500 Р на 5—10 персон
Мини-бургеры, подаются холодными:
— Бургер пшеничный с утиной грудкой, копченой вишней, свежими томатами и салатом Айсберг — 5 шт. по 70 г
— Бургер ржаной со свиным окороком домашнего томления, с малосольной капустой под горчичным соусом — 5 шт. по 70 г... Еще



Бургер сет за 4500 р. на 10 чел.

Catery - это удобный сервис для заказа еды в офис или на мероприятия, объединяющий лучшие кейтеринги и рестораны.

CATERY.RU Подробнее

Вирусные конкурсы

Цели:

1. Вступление в группу
2. Лайк/репост
3. Коммент
4. Пригласить друга
5. Подписаться на рассылку



Online

Дорогие друзья, участвуем в конкурсе! Итоги уже сегодня вечером

#розыгрыш #конкурс #Казань #бесплатная #репост #подарок #акция



- изумительные украшения для Вас!

1 фев 2015 в 0:18

🌸 Милые мои подписчицы! 🌸

Скоро ВЕСНА 🌸☀️. Время яркого солнца, заливающего пения птиц, пробуждающихся ото сна деревьев 🌿, цветов 🌸. Время Ваших улыбок 😊 и сияющих от всей этой красоты глаз 😍!

Я тоже хочу внести небольшую лепту в Ваше прекрасное, по-весеннему теплое настроение.

👉👉 РОЗЫГРЫШ 👉👉

👉 С 01.02.2015 по 01.03.2015 👉

Для участия в розыгрыше Вам необходимо:

🌸 Быть участником нашей группы [http://www.vkontakte.ru/club105](#)

🌸 Нажать "рассказать друзьям" и "мне нравится" под этой записью

🌸 Запись не должна опускаться ниже 5 позиции на Вашей странице до 01.03.2015 включительно.

Зачем вам нужен контент-маркетинг?

1. Польза.
2. Инфостиль.
3. Экспертность.
4. SEO-оптимизация
5. Регулярность напоминания

«Золотое правило» копирайта



Распределение контента на примере крупного торгового бренда:





Тренды контента в социальных сетях в 2018 году

www.specialist.ru

UGC- контент

Отзывы, обзоры,
отчеты,
сравнения

Дискуссии,
конкурсы,
опросы

Материалы:
видео,
статьи, фото

The screenshot shows the VC.ru website interface. The main header features the VC.ru logo and navigation links: Популярное, Свежее, Вакансии, Блоги. A search bar and a 'Написать' button are also visible. The main content area displays a post titled 'Яндекс © Еда' with a background image of various dishes. Below the title, there are engagement metrics: 84 comments and 39 stars. The post text, dated 27 февраля в 19:09 by Emilia Gulieva, discusses the difficulty of earning money on a YouTube channel with 500,000 subscribers. The text reads: '500 тысяч подписчиков, а дохода нет: почему на YouTube-канале почти невозможно заработать. Результаты исследования профессора Университета прикладных наук Оффенбурга Матиаса Бартля о связи между популярностью и уровнем дохода YouTube-блогеров.' Below the text is a video thumbnail showing a camera setup. On the right side, there is a sidebar with a 'Написать' button, a list of hashtags (#офлайн, #блокчейн, #переезд, #приёмная, #техника, #getcontact, #skillbox), an 'Анонимная связь' section with an 'Отправить инсайд' button, and a 'Популярное за три дня' section with a 'В ритме рунета' link and 82 views. Below that, there are two featured articles: one about a Chinese Leagoo phone and another about the importance of timing in life and death.

Кому подходит UCG – контент

Влияние UGC на покупку



Преимущества и недостатки UGC-контента

Преимущества

Обратная связь от пользователей

Доверие аудитории к продукту

Охват новых пользователей

Вирусный эффект



Недостатки

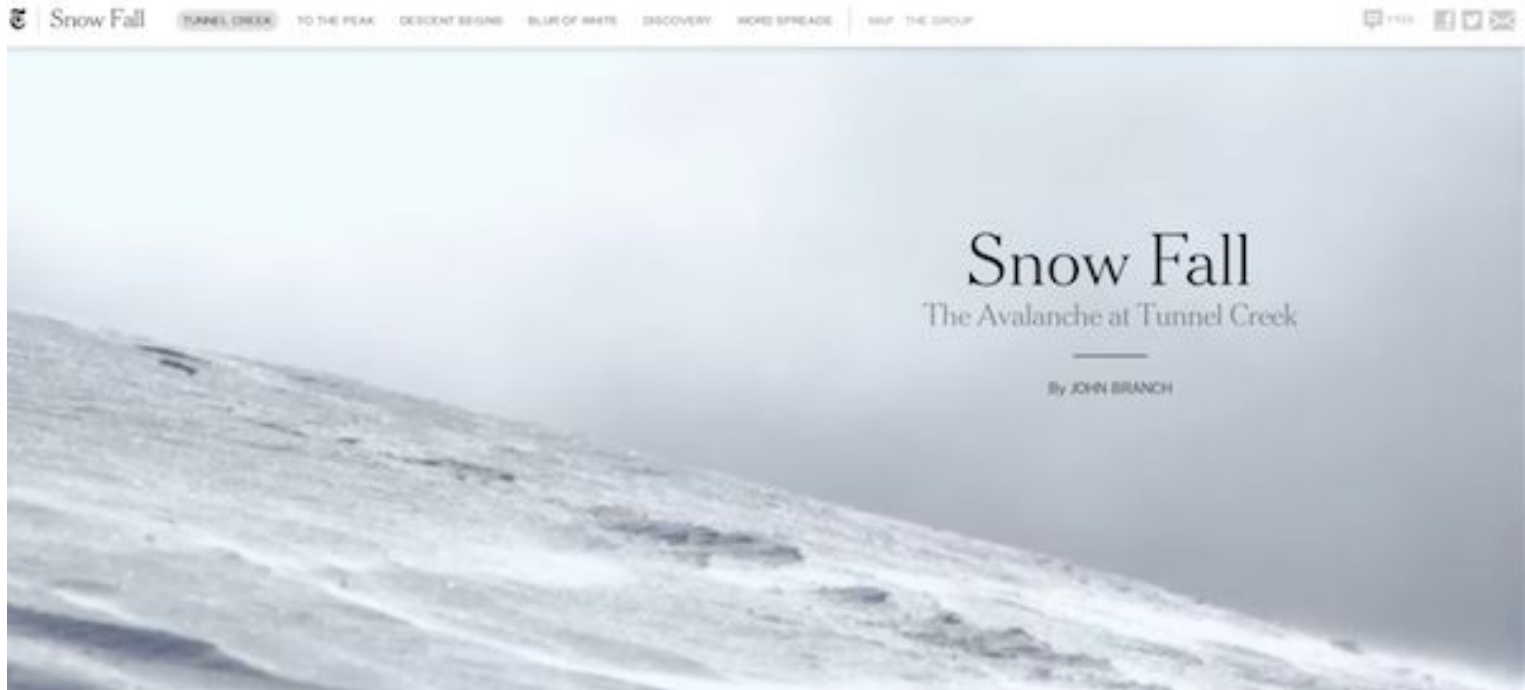
Тяжело контролировать качество

Перенасыщенность рынка

Для организации по принципу co-generated требуется много времени

Нет прямой связи с монетизацией

Лонгриды



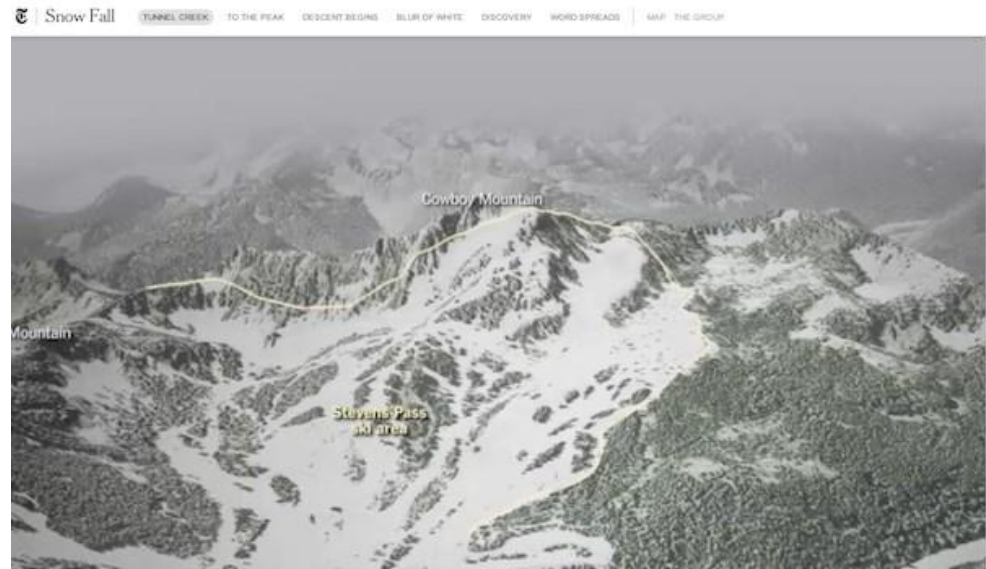
«Снегопад» — это история про лыжников и сноубордистов, застрявших в ловушке под лавиной в Каскадных горах, в Вашингтоне. История состоит из текста, фотографий, видео и интерактивной графики, но не просто объединенных в один материал, а органично сочетающихся и буквально оживляющих страницу.

<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

Лонгрид — изначально обозначался любой текст, длиннее заметки в 300-450 знаков. Впервые термин появился в проекте SnowFall New York Times, 2012г.

Лонгриды

Анимация лыжных районов Каскадных гор, созданная на основе спутниковых снимков рельефа местности, буквально переносит читателя на место происшествия.



Биографию, возраст и профессию участников группы лыжников можно узнать из слайд-шоу, связанных с именами в тексте.



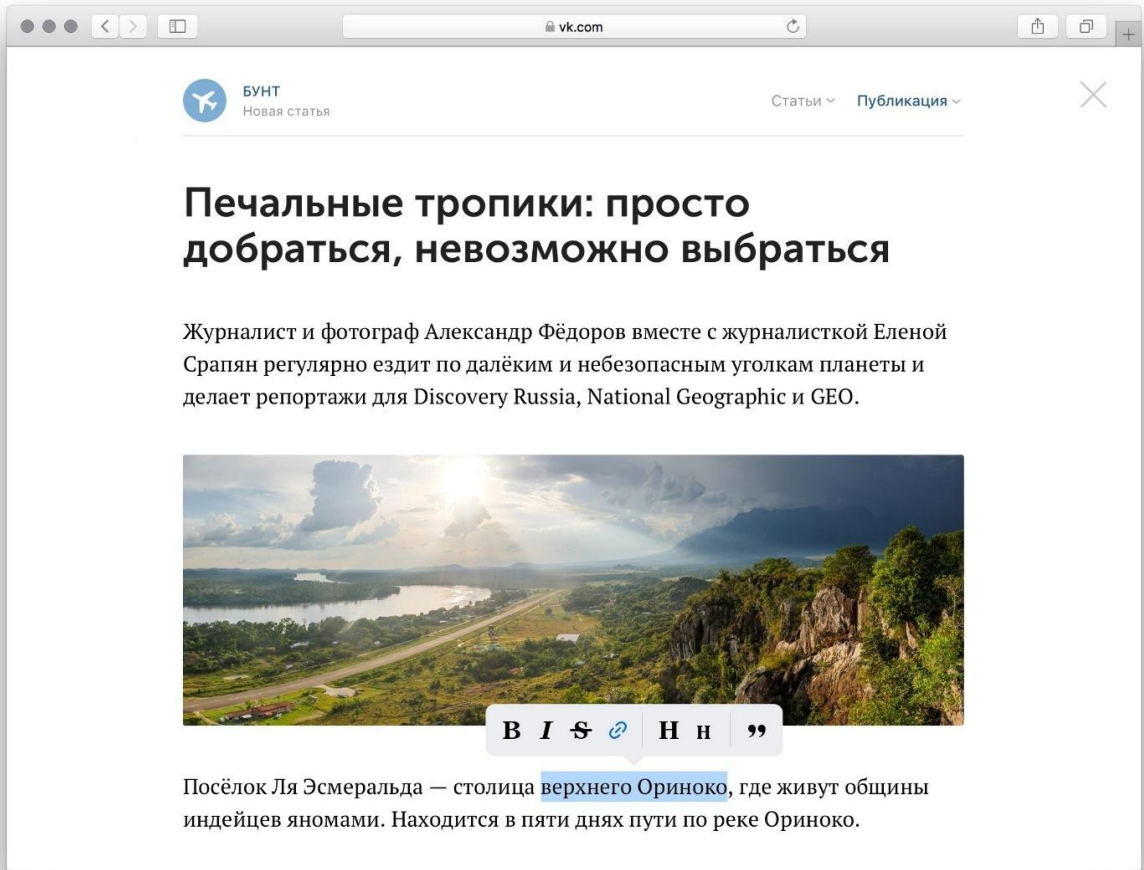
Виды лонгридов

- Репортаж
- Реконструкция
- Интервью

Преимущества
Вечный для использования

SEO-оптимизированный

Репутационный



Преимущества и недостатки лонгридов

Преимущества

Популярны за счет информативности и формата подачи.

Высокий шанс получить вирусный охват в СМИ

Удобны для SEO-оптимизации

Недостатки

Высокие проценты показателей по дочитке

Часто создаются журналистами для журналистов, а не для пользователей

Трудозатратны, а результат плохо предсказуем

Персонализация



Федор Овчинников

48 мин. · Москва · €

В 2015 году мы поставили перед собой цель - добиться общей выручки сети Додо Пицца в 1 миллиард рублей. Тогда многие сомневались, что это возможно. Эта цифра в тот момент и нам казалась невообразимо большой. В этом же году выручка сети самого большого партнера-франчайзи Додо Пицца в России составит около 1,5 млрд рублей. Розничные компании наших партнеров-франчайзи становятся по-настоящему большими компаниями. Этот процесс только начинается. У наших партнеров-франчайзи в России сегодня есть огромный потенциал для роста. Мы только начали создавать федеральный бренд.

Наша бизнес-модель создана для масштабирования. Меня часто спрашивают люди, которые не знакомы глубоко с нашей компанией, опасаясь ли мы, что кто-то из наших партнеров станет слишком большим. У нас никогда не возникало такого чувства. Мы всегда будем помогать партнерам расти. Успех наш партнеров это и есть наш успех. Мы строим открытую систему, где работать вместе выгодно всем участникам бизнеса.

Вы, наверняка, знаете, что мы помогаем нашим партнерам-франчайзи привлекать частные инвестиции. За время существования нашей сети прошли десятки подобных сделок. Инвесторы видят в Додо Пицца устойчивую бизнес-модель, а прозрачность и онлайн доступ к финансовым данным через Dodo IS дают инвесторам уверенность и прозрачность. Процесс привлечения инвестиций проходит следующим образом. Партнер-франчайзи, соответствующий критериям по прибыльности и качеству управления, создает инвестиционное предложение. Далее мы рассылаем его по базе частных инвесторов (попасть в базу можно на сайте dodoinvest.com). Дальше франчайзи и заинтересованные инвесторы договариваются между собой об условиях инвестирования, при этом у нас уже есть апробированные схемы для взаимодействия.

В определенных случаях, помимо рассылки, мне хочется дать личную рекомендацию по инвестированию. Не так давно я писал о нашем партнере-франчайзи в Краснодарском крае, предпринимателе Sergey Reuk, а сегодня расскажу про Denis Grinev.

В настоящий момент Денис Гринёв ищет стратегического партнёра для агрессивного развития сети пиццерий в Ростове-на-Дону, Воронеже и Таганроге. Денис - один из наших первых франчайзи, который поверил в Додо Пиццу еще в 2013 году, когда у нас было меньше 10 пиццерий.

Опытный профессиональный менеджер, экс-директор по продажам немецкой компании Henkel в Украине и Молдове. Про Дениса я могу написать много хорошего, но этот текст не поместится в заметку для социальной сети. Скажу только, что Денис - это один из самых системных партнеров в нашей сети с сильной командой и очень качественным операционным менеджментом.

За 4 года команда Дениса открыла 7 пиццерий в Ростове-на-Дону,

https://www.instagram.com/rybakov_igor/



Поиск

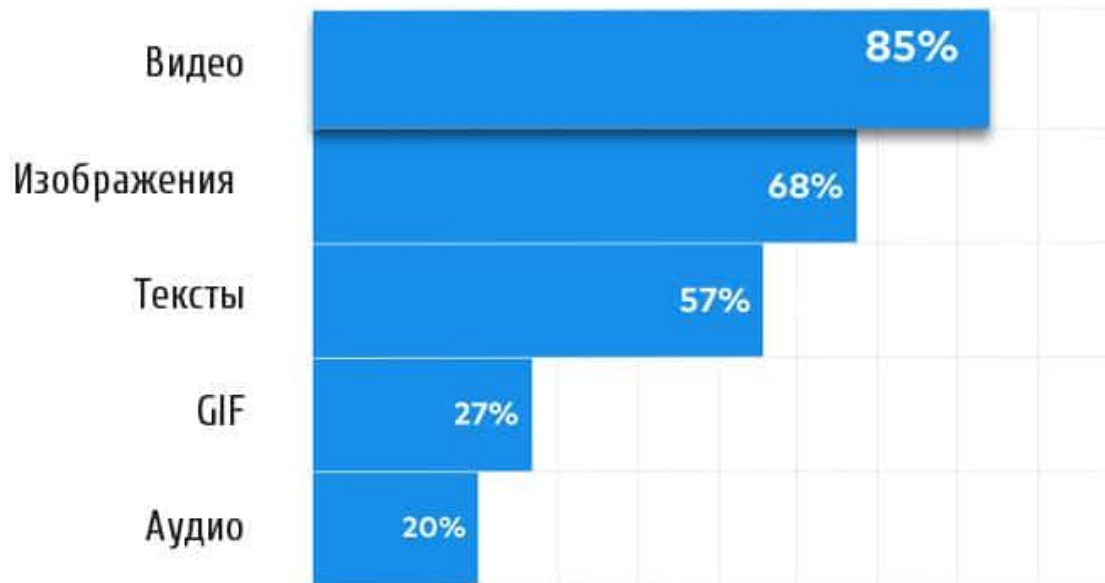
Получить приложение

Войти



Видео-формат

Какого контента ваша компания планирует создавать больше в 2018?



**THE
STATE OF
SOCIAL 2018**

(Source: State of Social 2018, sample size: 1,796 social media marketers)

Как поймать тренд?

- Вручную
- Google Alerts
- Яндекс.Новости
- YouTube. В тренде
- Блогеры!
- [PromoRepublic](#)
- [Alltop](#), [Trend Hunters](#)



Тренды



Праздники и важные даты



Локальные события



Шоу бизнес



События из истории

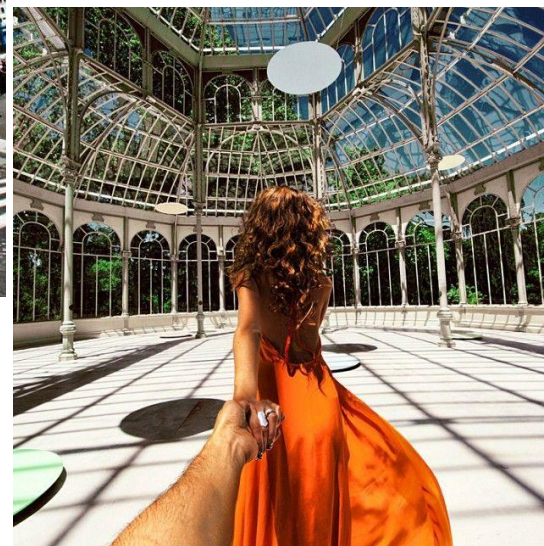
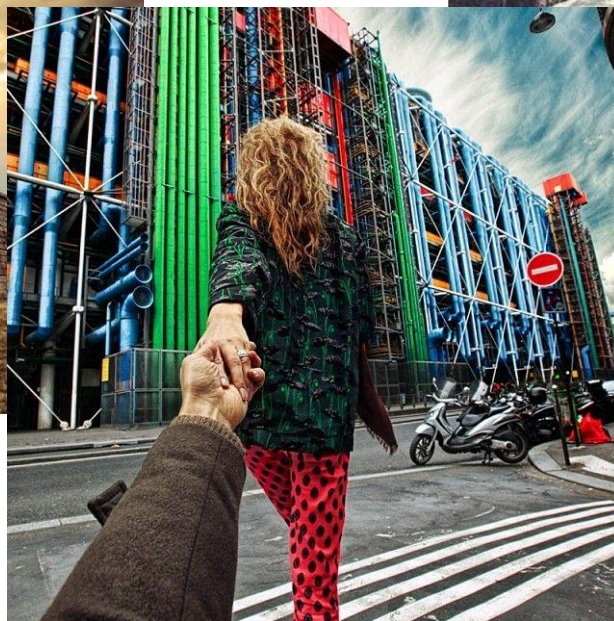
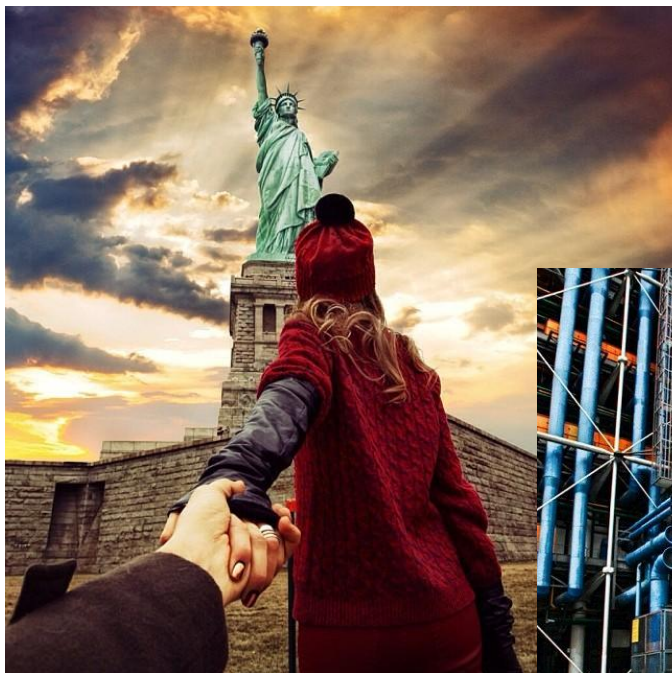


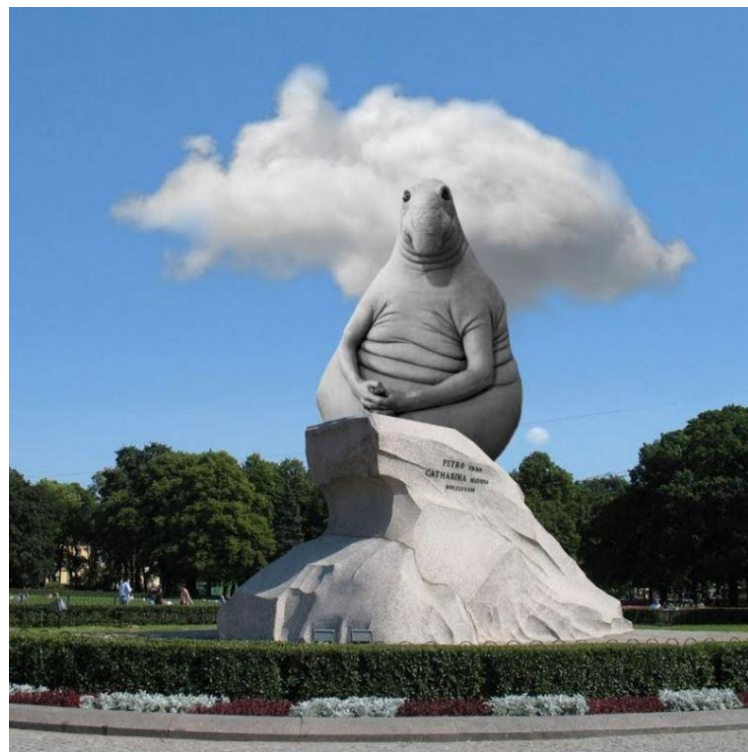
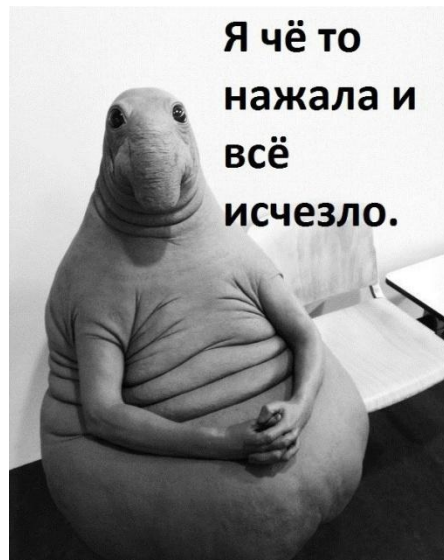
Спорт

СЕГОДНЯ < > Декабрь 2015, Россия/Москва НЕДЕЛЯ МЕСЯЦ

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
30	1 Янв 🍰 День борьбы со спидом	2 🍰 День банковского работника	3 🍰 День юриста	4 🍰 День объятий	5 🎬 День рождения Уолта Диснея	6 📰 1923 Вышел первый номер газеты «Вечерняя Москва»
7	8 📍 Сильный снегопад	9 🍰 День борьбы с коррупцией	10 🍰 День футбола 🔥 Вручение нобелевской премии	11 📍 Открытие Рождественской ярмарки. Москва, Красная площадь.	12 🍰 День Конституции России	13
14 🏆 Кубок мира по биатлону 2015	15 🍰 День чая	16	17 🔥 Звездные войны. Премьера	18	19 🍰 День Святого Николая	20 🏒 Хоккей. Россия - Чехия. Кубок Первого канала
21 📰 1981 - Первый в истории баскетбольный матч	22 📍 Самый короткий день в году	23 📍 Открытие главной елки страны. Москва	24	25 🍰 Католическое Рождество	26 🎬 День Рождения Джареда Дюозефа Лето	27 🍰 День спасателя
28 🍰 Международный день кино	29 🎬 День Рождения Джуда Лоу	30 🍰 День заворачивания подарков	31 🍰 Новый год			

Кто будет на хайпе?





ХРИСТОС ВОСКРЕС



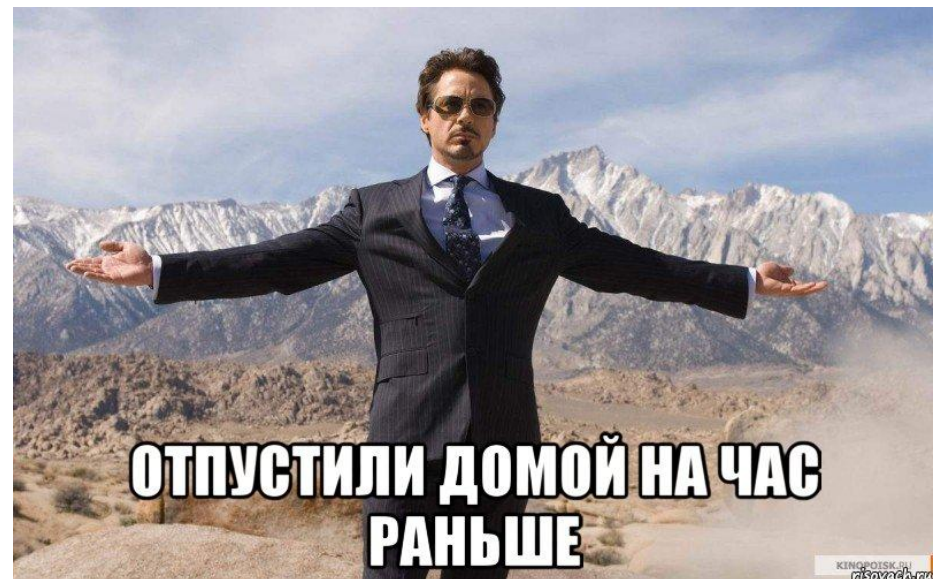
О боже



ЧТО ТЫ НЕСЕШЬ



ДАВАЙ РАСКАЖИ ПОЧЕМУ СИРИЯ НЕ АФГАН



Выводы

Youtube. Наиболее популярный источник информации для школьников. Для всех остальных – пока одна из соцсетей. Заметно растет число и качество каналов для всех возрастов и интересов.

Мобайл. Мобильность как продолжающийся тренд в интернете придает ускорение и соцмедиа. Смартфон стал идеальной машиной для создания разноформатного пользовательского контента.

UGC-площадки. Тематические площадки оказались удобным местом для обмена опытом. Возрождение Веб 2.0.

Лонгриды или «стори-формат». Формат набирает популярность во всех соцсетях и аккумулирует все тренды: тексты, видео, UGC, возможности комментировать «здесь и сейчас». Наиболее популярный формат.

Персонализация бренда. Открытость бизнеса от лица первого лица компании завоевывает аудиторию лояльных потребителей.



Стратегия бренда в соцсети

Бриф – друг, который всегда с тобой!

1. Целевая аудитория, вкл. психологический портрет клиента
2. Миссия и философия компании.
3. Конкурентные преимущества и слабые места
4. Маркетинговые задачи
5. Цели, которые вы хотите достичь при помощи соцсетей



Контент для B2B

Бриф – друг, который всегда с тобой!

Корпоративные новости

Календарь мероприятий

Акции/конкурсы

Атрибутика

Отвлеченный контент/
инфоповоды

Продажа товаров и услуг



Знакомство с брендом

1. Сайт компании и статьи о ней на других ресурсах
2. Отзывы потребителей (положительные/нейтральные/негативные)
3. Объем вовлеченной аудитории
4. Форматы коммуникации среди ее представителей
5. Сегментируйте аудиторию



Анализ сообщества

1. Определить тактику, стратегию и идею сообщества
2. Проанализировать контентную стратегию, определить самые популярные темы и вида контента
3. Оценить ее эффективность и реакцию аудитории
4. Оценить качество коммуникации с потребителем



В итоге у вас должен быть сравнительный анализ нескольких конкурентов с выводом и рекомендациями.

Создание стратегии

Прежде, чем приступать к созданию стратегии, задайте себе вопрос: Зачем пользователю контактировать с вашим брендом?

1. Редакционный календарь: темы + конкурсы + постоянные рубрики
есть

2. Контентный план

Редакционный календарь

Редакционный календарь представляет собой схему, в которой в хронологическом порядке назначены даты для всех основных действий, в частности:

- запуск мероприятий в каждой из сетей;
- дедлайн по каждому из мероприятий;
- расписание публикации материалов (дата и время);

На что следует обратить внимание при создании контентного плана

1. Общий стиль общения к потребителю, которого будете придерживаться в сообществе.
2. Определите самые интересные темы среди материалов компании
3. Найдите темы, которые пересекаются между вашими задачами и целями аудитории
4. Начиная писать пост, подумайте над реакцией аудитории.
 - как ваш контент решает ее задачи
 - отвечает ли он на ее вопросы
 - как ваш бренд меняет жизнь вашей аудитории
 - может ли бренд стимулировать аудиторию к диалогу
5. Кстати, аудитория и сама может создавать вам контент – запустите конкурс, откройте фотоальбомы, дарите призы за активность в сообществе.

ВКонтакт. Конкурентное поле.

Брендированные группы

Единственный конкурент - группа ФрутоНяня (16 862 участника):
http://vk.com/official_frutonyanya

Дизайн брендирован. Обязательная составляющая - образ детского питания. Изображения соответствуют необходимому размеру и отображаются корректно.

Остальные группы представлены пабликами локальных дилеров с количеством подписчиков менее 2000 человек.

Основная концепция

«СЧАСТЬЕ ЕСТЬ» - это будет основная движущая идея сообществ бренда Humana в Вконтакте и Facebook. Такой подход позволит:

- позиционировать группы, как, в первую очередь, группы о малышах, а не о продвижении продукции;
- создать сплоченное дружественное сообщество мам, готовых делиться радостями и советами из материнской жизни;
- показать насколько бренд близок к своему потребителю и разделяет/понимает что такое счастье материнства и детства;
 - рассказать о продукции, как о неотъемлемой части жизни малыша, которая делает его сытым, здоровым, а значит счастливым его маму.

Кроме того, такая игра слов полностью отразит как идеологию бренда, так и личные ощущения всех мам в мире.



Контент-редакционный календарь

О бренде – брендированные новости и советы, информация о продукции.

Счастье есть - развлекательные/трогательный контент (фото, видео, цитаты).

В ожидании чуда – рубрика для беременных, полезные советы, обсуждения и прочее.

Всегда полезно – рубрика о развитии ребенка, здоровье, примеры творческих заданий, игр, интересных поделок ест

Для пап – рубрика для отцов, контент который будет интересно читать и мамам.

Завтружин – контент о правильном питании малышей.



Humana



Humana

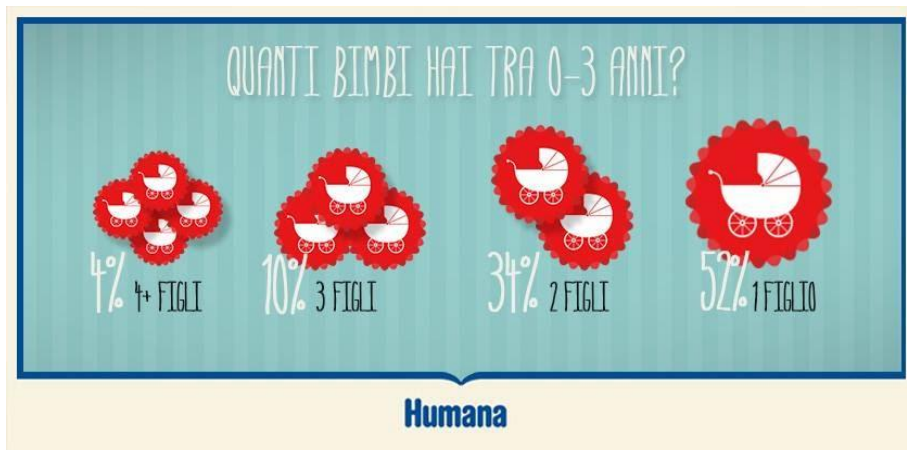


Humana

Контент

Брендинговые подложки

В качестве дополнительного брендинга можно использовать подложки аналогичные дизайну Humana Italy, что позволит еще и визуально напоминать о бренде даже во время развлекательных публикаций.

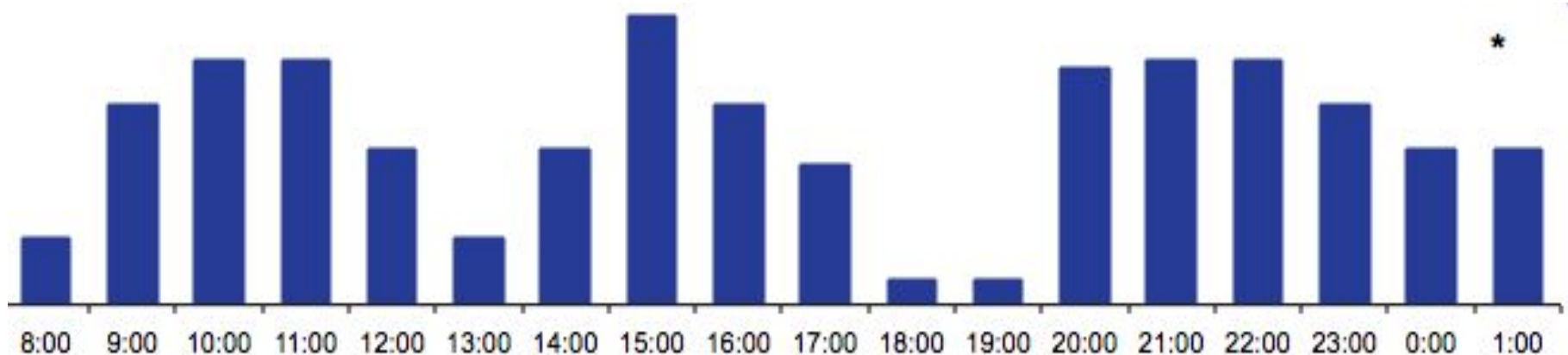


План публикаций

Темы	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
О бренде		■				■	■					■	■	■
Счастье есть	■			■		■	■		■		■		■	■
В ожидании чуда						■	■			■			■	■
Для пап			■			■	■						■	■
Завтражин					■	■	■	■					■	■

- 5 публикаций в неделю
- Ежедневная модерация
- Ежедневное общение с пользователями, ответы на вопросы

График выхода публикаций



Наибольший охват (просмотры в ленте новостей и на странице сообщества) в будни публикации получают:

- С 10:00 до 12:00
- С 15:00 до 16:00
- С 20 часов.

В выходные дни наиболее эффективное время с 15 до 16 часов, а также с 20 до 23 часов.

**График показывает тенденции активности пользователей в соц. сетях и основан на данных независимых исследований в соц. Сетях: Social Bakers; Total Quality Logistics; Buzzlike; Intwayblog; исследования авторов сообществ.*

№	Контент-план	Дата	19	20	21	22	23	24
1	Тематики:	День недели						

№	Контент-план	Дата	19	20	21	22	23	24
1	Тематики:	День недели						
2	Преимущества клуба					про методiku Буракова		
3	Поздравляем преподавателя с ДР	по мере ДР						
4	Совет от преподавателя							совет от преподавателя по английскому
5	Слово директора		приглашение на день открытых дверей					
6	Мотивирующие посты к развитию детей			Статья Петрановской			беби-клуб и творческие задания на выходные	
7	Курсы для малышей от 1 до 3				Развитие техники чтения			
			www.specialist.ru Английск			Айкидо для новеньки		

Домашнее задание

1. Проанализировать конкурентов (2-4 компании)
2. Создать стратегию бренда на три месяца
3. Создать контент-план на 2 недели (в Excel)

