

Бренд-комьюнити в социальных медиа

Агентство интернет-маркетинга

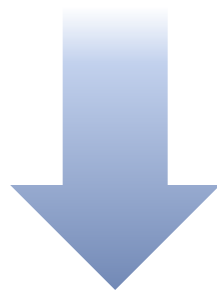
«НЛО Маркетинг»

Кокорин Вячеслав

Социальные медиа

Контроль

то что было, при одностороннем канале коммуникации



Влияние, вовлечение

то что есть и нужно сейчас при двусторонней коммуникации

Бренд-комьюнити

группа людей в социальных медиа,
объединенных друг с другом по общему
интересу к определенному бренду.

Желание аудитории

- 93% пользователей говорят о том, что бренды должны присутствовать в социальной сети.
- 85% – должны взаимодействовать с аудиторией
- 56% – уже замечают присутствие брендов.

Аудитория

Бренд-комьюнити дают доступ к аудитории 16-35

Особенности

- мало смотрит ТВ
- мало слушает радио
- мало читает газеты
- 91% в социальных медиа

Проникновение интернета *

Наша ЦА

Возраст	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Москва	90%	95%	83%	74%	47%	18%
Россия	72%	74%	55%	44%	24%	7%

facebook

Заполнить меня

Забыли пароль?

Электронная почта

Пароль

Вход



Поклонники

Nutella

Стена Информация Discussions Фотографии Заметки

Сортировка:



Susan Sullivan Schell Way better than chocolate frosting.....smoother than peanut butter....dam yummy.
21:50 · Пожаловаться



Promuovi La Tua Attivita Salve a tutti vi volevo consigliare dei nuovi gruppi face book:
caffè e sigaretta....fuma sano e rispetta gli altri
Squadra anti-truffa
Piu acquisto e meno spendo
Vi invito ad iscrivervi numerosi soprattutto ai gruppo d'acquisto creato apposta per abbattere i costi di acquisto del new tech soprattutto in modo sicuro senza rischiare truffe.

Se volete pubblicizzare un vostro gruppo oppure un vostro sito web contattateci,

facebook

Заполнить меня

Забыли пароль?

Электронная почта

Пароль

Вход



Информация

Дата основания:
1971 in Seattle's Pike Place Market

Starbucks Coffee Company

Стена Информация Видео Мероприятия Discussions Блоки

Starbucks Coffee... Только поклонники



Starbucks Coffee Company What's your favorite whole bean coffee? Tell us in the discussion board.
02 апреля в 11:07



Starbucks Coffee Company Introducing Starbucks PlugFour, Coffee through your USB port. See it here: <http://twitpic.com/2oq2f> Join the test group here: <http://twitter.com/SBUXPlugFour>
01 апреля в 12:58



Starbucks Coffee Company Our new Seasonal Coffees; Brazil Ipanema Bourbon and Colombia Narino Supremo have been picked at the height of freshness, roasted and sent to stores so you can enjoy them at their peak of flavor. They are only here for a limited time so pick them up now at your local Starbucks.

активное вовлечение сотрудников компании, мероприятия, рассказы о новинках, интересный контент

В контакте | главная | поиск | группы | люди | объявления | пригласить | выйти | Поиск

Моя Страница ред.
 Мои Друзья
 Мои Фотографии
 Мои Видеозаписи
 Мои Аудиозаписи
 Мои Сообщения
 Мои Заметки
 Мои Группы
 Мои Встречи
 Мои Новости
 Мои Закладки
 Мои Настройки

Предложения
 Мнения
 Приложения
 Вопросы
 Объявления

Форум
 hse.su

Sony Ericsson: официальный клуб

Информация

О группе
 Название: **Sony Ericsson: официальный клуб**
 Тип: Клуб
 Категория: Компьютер и интернет - Мобильные технологии
 Описание: =====
 Официальный клуб компании Sony Ericsson "В контакте". Новости, анонсы продуктов, он-лайн консультации, свежая информация от представителей компании - всё это вы найдёте здесь! Добро пожаловать!
 =====


Контактная информация
 Веб-сайт: <http://www.sonyericsson.ru>

Свежие новости

15 апреля 2009

Уважаемые друзья! В ближайшее время компания Sony Ericsson порадует своих поклонников следующими интересными новинками:

S903 - стильный слайдер, оснащённый 5-мегапиксельной камерой с функциями Face Detection, Smile Shutter, BestPic, двойной LED-вспышкой и многим другими "вкусными" решениями. Новинка появится в трёх



Пригласить в группу
 Вступить в группу
 Удалить из закладок

Альбомы

17 317 участников при тираже 240 000 – истории, конкурсы, призы

mail.ru
Почта Мой мир Файлы Фото Видео Блоги Игры Знакомства Лови призы!

Сейчас на сайте: 149158 человек

Поиск людей Сообщества Рейтинг new Оценить фото

Men's Health Life

248 ВЕЩЕЙ
35 ПУТЕЙ
46 ИДЕЙ

style & travel
ПУТЕШЕСТВИЙ С УМОМ

- Вступить в сообщество
- Пригласить в сообщество
- Добавить в избранное
- Читать в ленте
- Настройка подписки
- Инфо
- Пожаловаться модератору

О сообществе

Конкурс «Men's Health Life»

Это сообщество для читателей Men's Health, а также для всех, кому близок дух

Фотоальбомы

- Кто не б...**
Обновлен: ...
Создан: 1 ...
Комментарии: ...
191 фото
- Мужчин...**
Обновлен: ...
Создан: 2 ...
Комментарии: ...
19 фото
- КРАСОТ...**
Обновлен: ...
Создан: 0 ...
0 фото
- я и всё**
Обновлен: ...

новых всего

- 1
- 5
- 7
- 37

механизм – быстро набрать аудиторию, через топ-позиции, конкурс – товарная группа

The image shows a screenshot of a VKontakte group page. The header includes the VKontakte logo and navigation links: 'главная', 'поиск', 'группы', 'люди', 'объявления', 'пригласить', 'выйти', and a search bar. The group name is 'Снимай! Делись! Удивляй! вместе с MOTOZINE ZN5'. The page is divided into sections: 'Информация', 'Контактная информация', and 'Свежие новости'. The 'Информация' section lists the group name, type (Club), category (Fan-clubs), and description (contest). The 'Контактная информация' section provides the website (http://www.motorola.com) and location (Moscow, Russia). The 'Свежие новости' section contains five promotional posts for the contest. On the right, there is a large image of a Motorola ZN5 phone displaying a diver, with a banner for 'MOTOZINE ZN5 СНИМАЙ С НАМИ' and 'Кодек Цифровые технологии'.

В контакте главная поиск группы люди объявления пригласить выйти Поиск

Моя Страница ред.
Мои Друзья
Мои Фотографии
Мои Видеозаписи
Мои Аудиозаписи
Мои Сообщения
Мои Заметки
Мои Группы
Мои Встречи
Мои Новости
Мои Настройки

Мнения
Объявления

Форум
hse.su

Снимай! Делись! Удивляй! вместе с MOTOZINE ZN5

Информация

О группе
Название: **Снимай! Делись! Удивляй! вместе с MOTOZINE ZN5**
Тип: Клуб
Категория: Разное - Фан-клубы
Описание: Прими участие в конкурсе «Снимай! Делись! Удивляй!» и выиграй новый MOTOZINE ZN5!

Контактная информация
Веб-сайт: <http://www.motorola.com>
Город: Москва, Россия

Свежие новости

Загрузи свою лучшую фотографию в один из альбомов:

- 1. Твое хобби.** Дайвинг, сноуборд, коллекционирование бабочек – чем увлекаешься ты?
- 2. Твой город в разное время суток.** Привычные места, снятые в необычной, свойственной только тебе манере.
- 3. Смешные кадры.** Размещаем самые прикольные и необычные фотографии.
- 4. Мисс MOTOZINE.** Сними себя и загрузи лучшую фотку! Участвуют только девушки!!!
- 5. Природа.** Красивый пейзаж, закат на морском берегу – этим

MOTOZINE ZN5 Кодек Цифровые технологии
СНИМАЙ С НАМИ

Что дают комьюнити брендам?

- 1** Концентрацию аудитории
- 2** Прямой доступ к аудитории
- 3** Увеличение длительности контакта
- 4** Расширение круга приверженцев бренда
- 5** Вовлечение новой аудитории
(участники – носители бренда)
- 6** Увеличение лояльности
- 7** Обратную связь (FeedBack)

Что дают комьюнити потребителям?

- 1** Общение
- 2** Возможность быть услышанным
(сервис, делаем продукт таким, каким мы его хотим видеть)
- 3** Персонализация
(и идентификация – самовыражение)
- 4** Fun (развлечение)
 - Интересный контент
 - Участие в акциях
- 5** Более качественный продукт
- 6** Контроль отношений к бренду

Цели комьюнити (для компании)

- Увеличение активности / лояльности покупателей
- Увеличение сопутствующих продаж (товары комплименты – дополняющие)
- Расширение упоминаемости бренда
- Привлечение новых покупателей

Когда организовывать комьюнити?

Типовой вариант

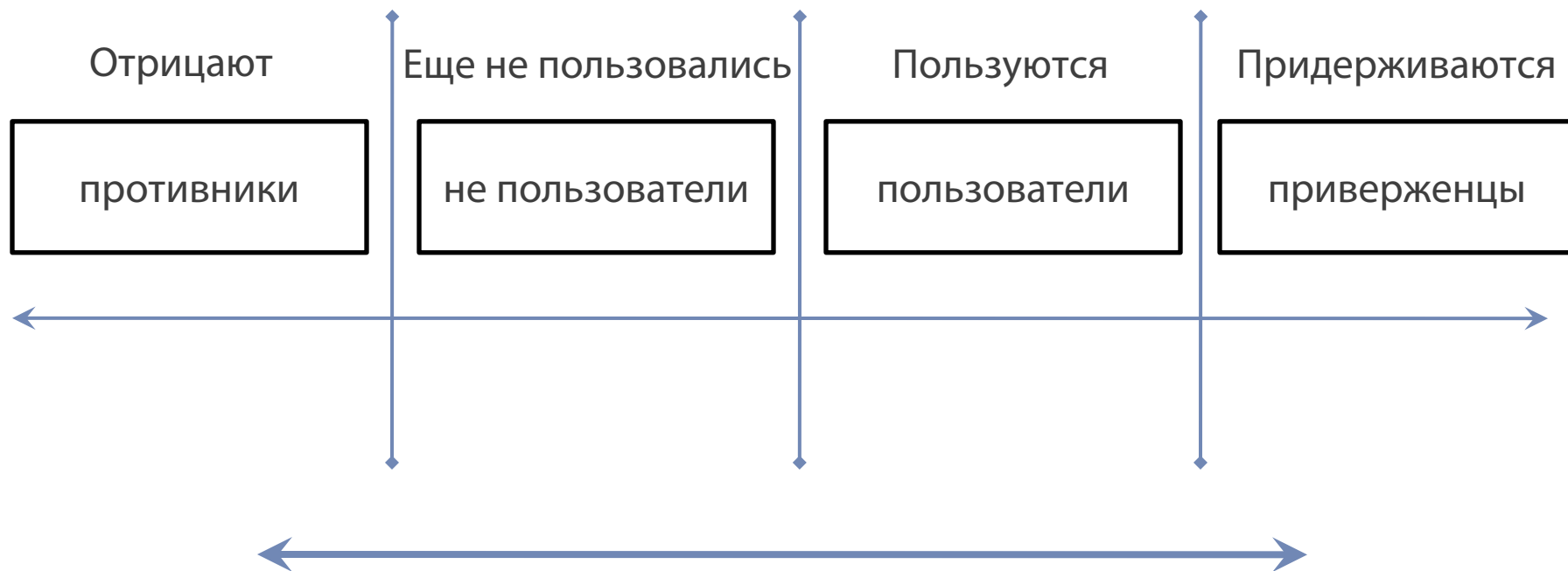
- массовый товар
- большая эмоциональная составляющая
- высокая частота покупки / использования

Типовые отрасли

FMCG / Ритейл | Авто | Медиа | Техника /
Электроника | Развлечения | Туризм / HoReCa

Как это работает?

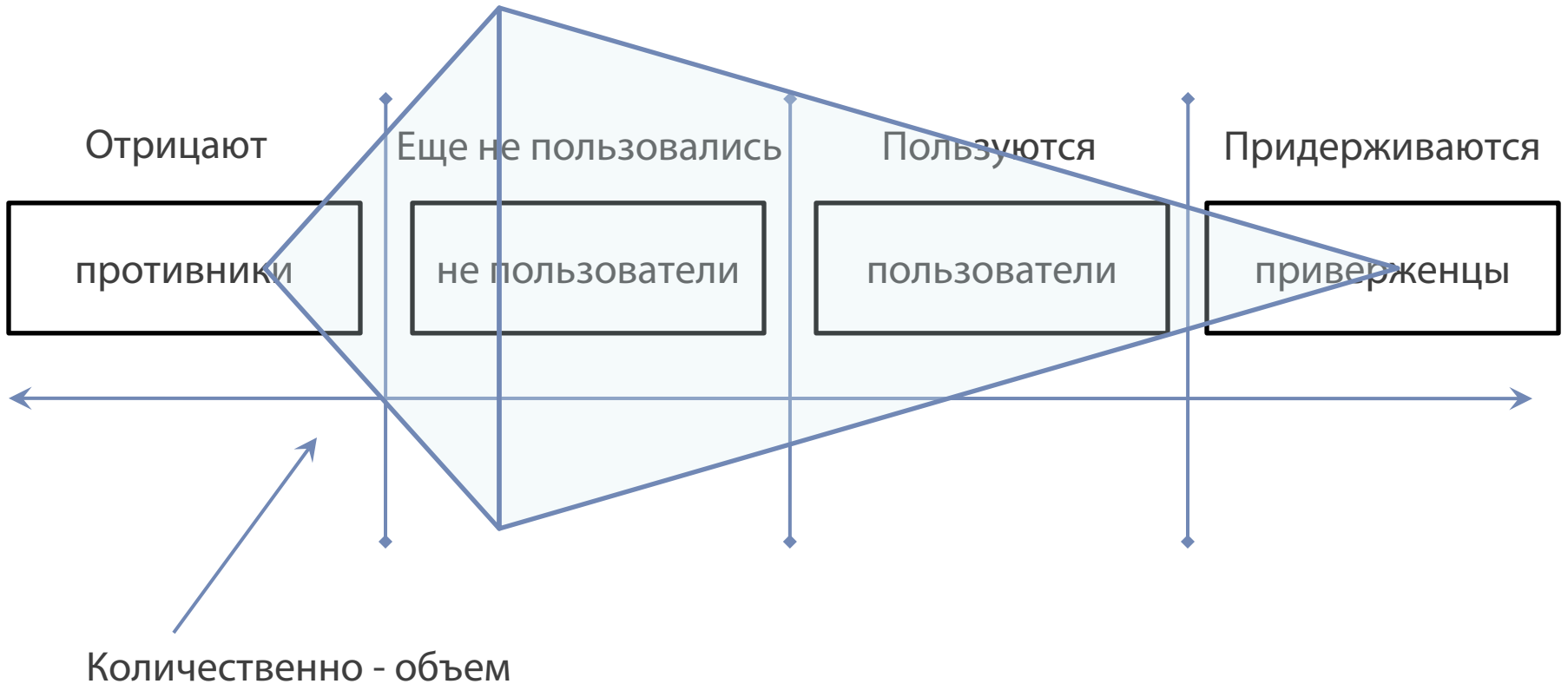
Категории пользователей:



В зависимости от эмоциональной составляющей
в товаре - распределение меняется

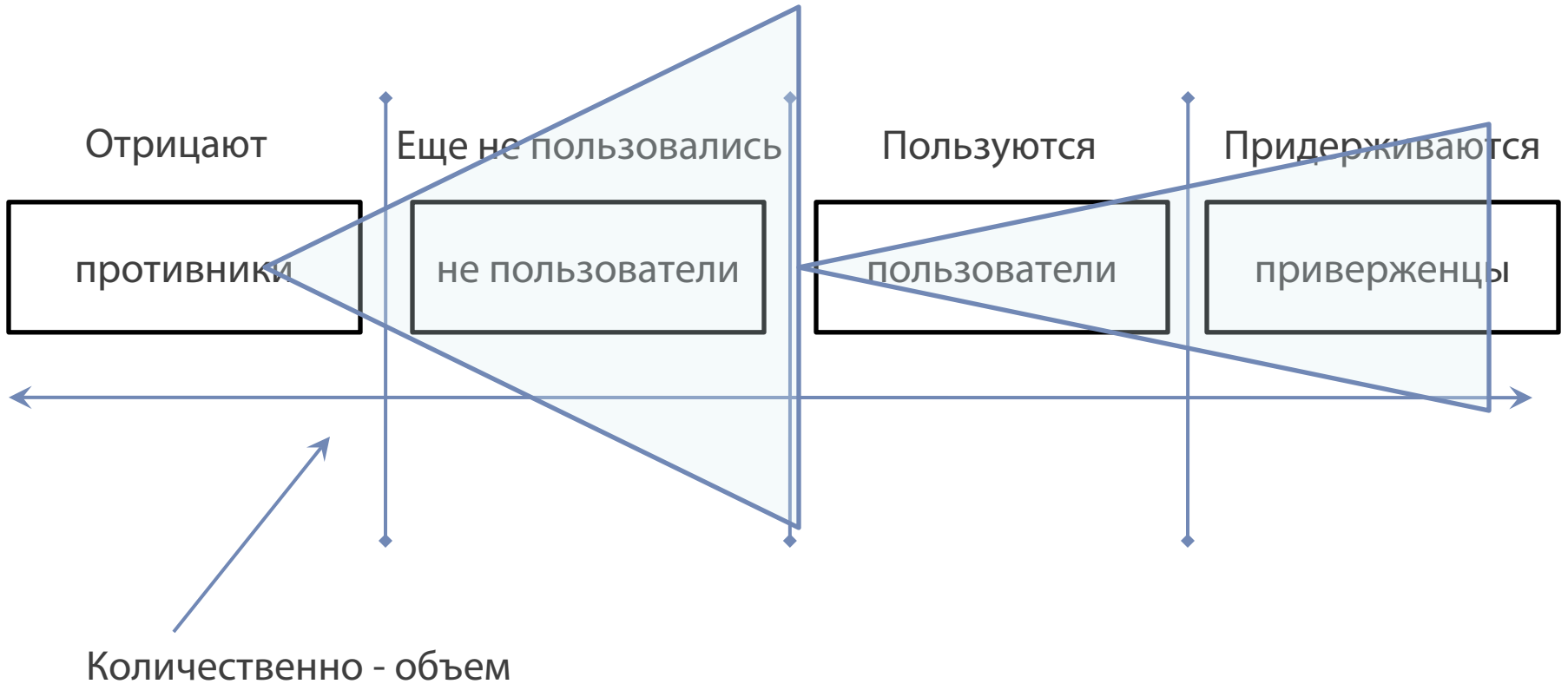
Как это работает?

Средний случай:

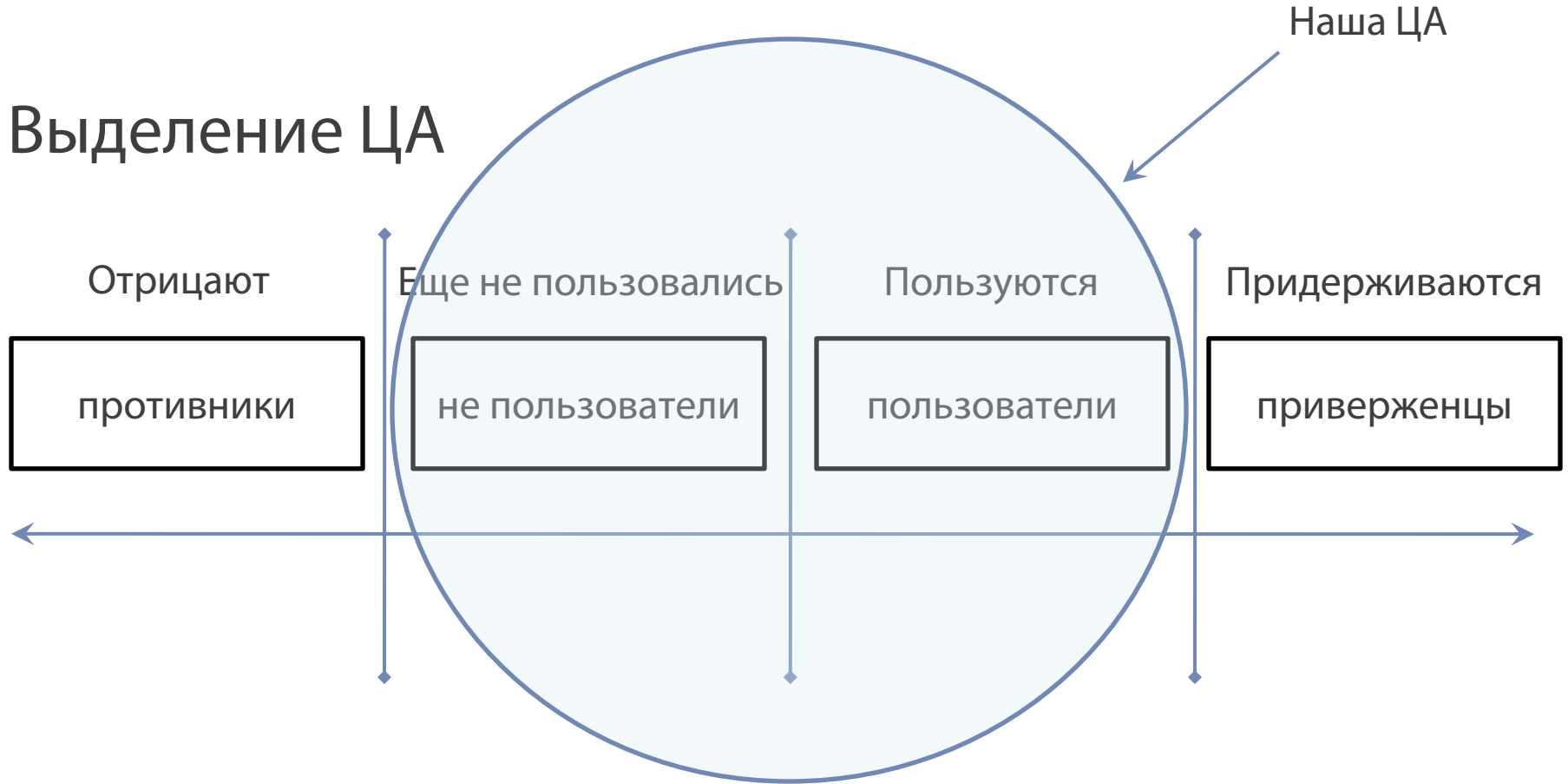


Как это работает?

Apple

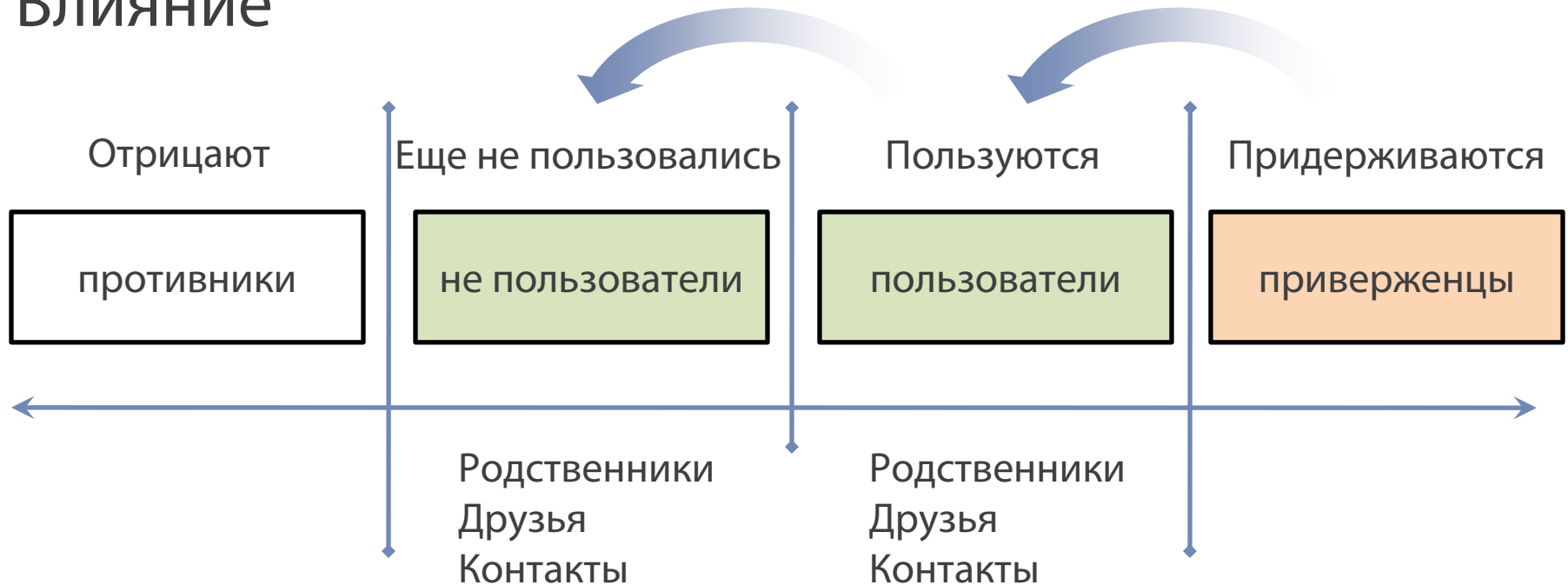


Как это работает?



Как это работает?

Влияние



Функционал комьюнити

- ⚙ Взаимодействие (обновления, оповещения) – инструментарий для вирусного распространения
- ⚙ Новостной поток
- ⚙ Контент (видео, фото, тексты – дискуссии)
- ⚙ Опросы
- ⚙ Рассылки
- ⚙ Републикации
- ⚙ Обсуждения
- ⚙ Система статистики
- ⚙ Страница групп (удобный поиск по группам)
- ⚙ Возможность брендинга страницы комьюнити

Типы комьюнити

1 Комьюнити вокруг:

- Компании
- Продукта
- События
- Акции
- Оффлайн активности

2 Комьюнити (нетоварные бренды)

- Для звезд
- Телепередачи (сериалы)
- Для продажи (интернет-магазин – витрина)

Что сейчас есть

Инструментарий

- 1** В Контакте – спонсируемые группы
- 2** Одноклассники – клубы по интересам
- 3** Мой Мир (Mail.ru) – спецпроекты + звезды
- 4** Facebook – Pages

Как организовать комьюнити?

1

Существующие
сообщества

2

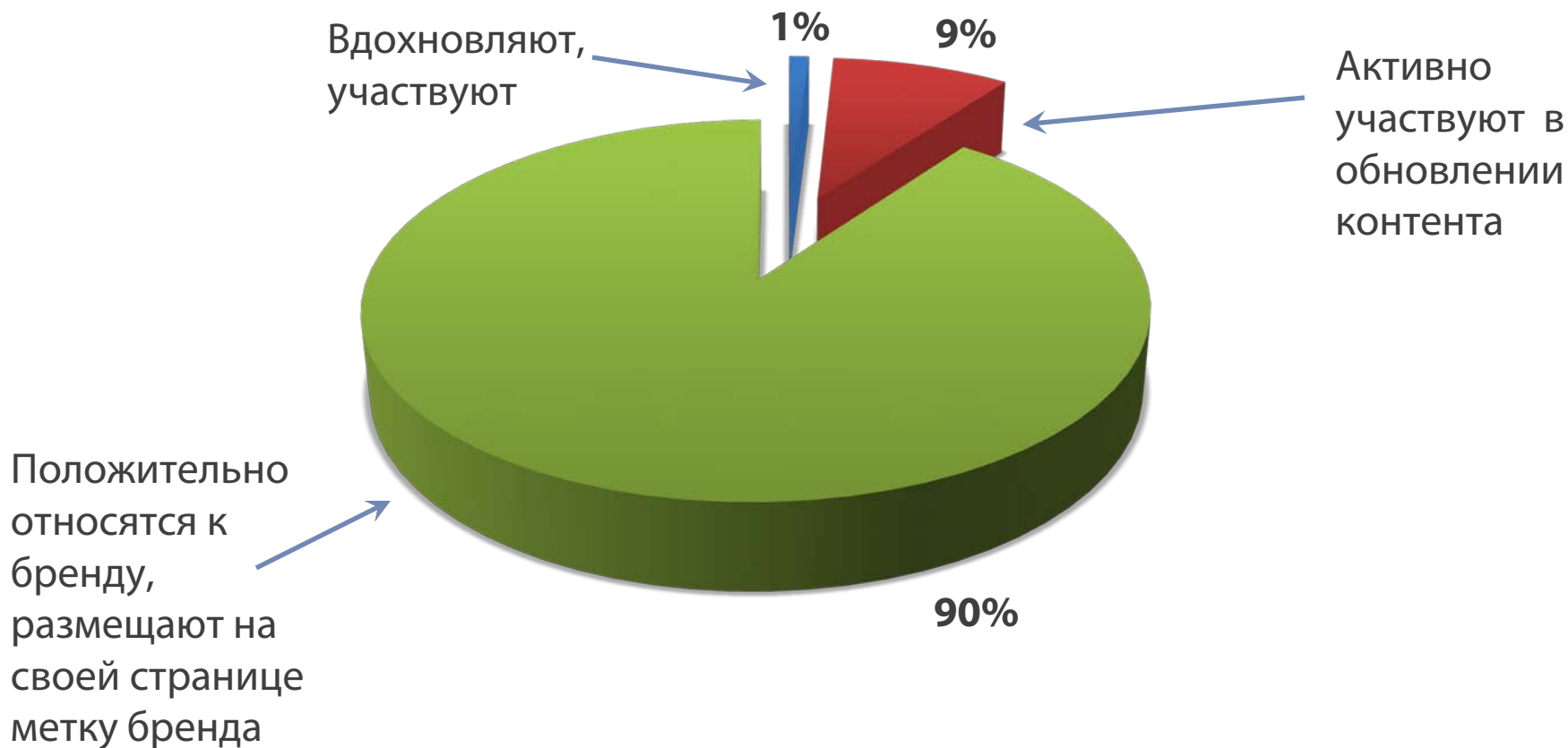
Создание своего

- Критические пользователи
- Контент
- Конкурсы/акции
- Скидки
- Инсайды, предварительные просмотры

Как организовать комьюнити?

Выделяем и работаем с участниками

■ Влиятельные участники ■ Сторонники ■ Энтузиасты

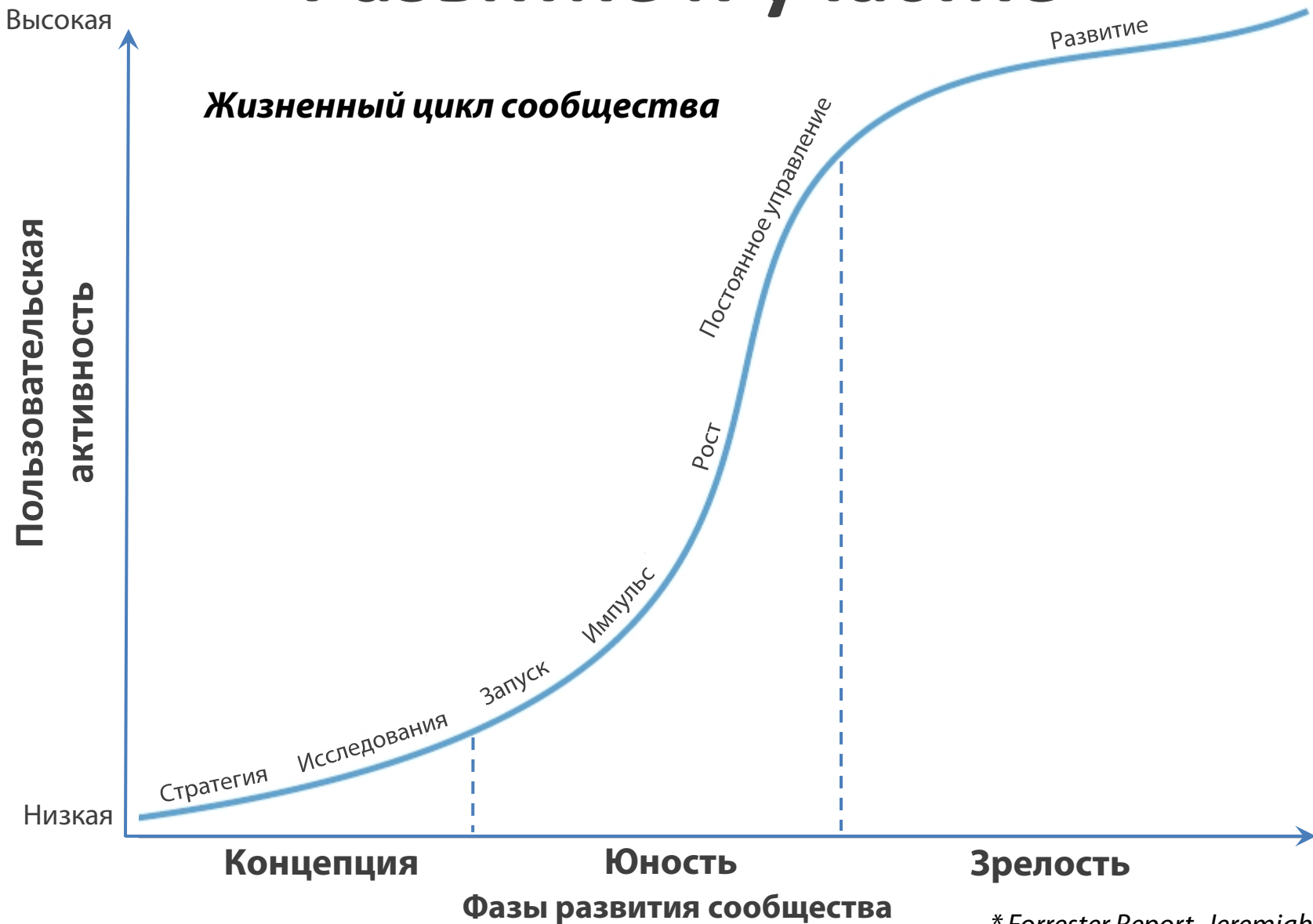


Агентства

Какова их роль?

На каких стадиях они нужны?

Развитие и участие



Агентства

- 1 Креативная стратегия
- 2 Политика взаимодействия с аудиторией
- 3 Распределение ролей
- 4 Подготовка группы
- 5 Наполнение группы
- 6 Администрирование
- 7 Анализ эффективности

Как сделать комьюнити успешным?

Ключевые факторы успеха

- Четкая формулировка целей и задач сообщества
- Продвижение с использованием всех доступных инструментов
- Работа с активными участниками
- Наполнение контентом
- Поддержание активности

АИМ «НЛО Маркетинг»

Кто мы?

Мы создаем представительство бренда в социальных медиа.

Где нас найти?

Веб: nlomarketing.ru

Почта: we@nlomarketing.ru

Телефон: (499) 369-07-02