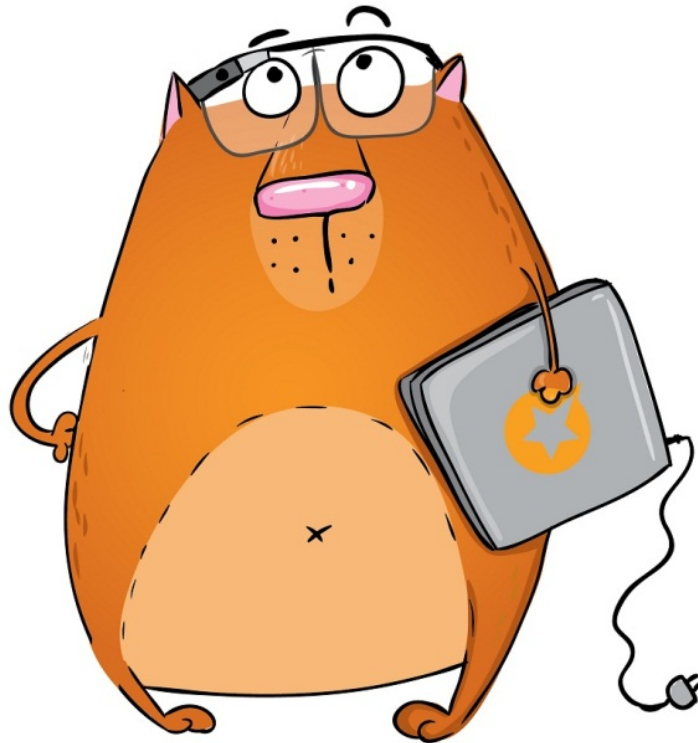


С чего начинается SMM



Присутствие продукта в социальных сетях. Начало.



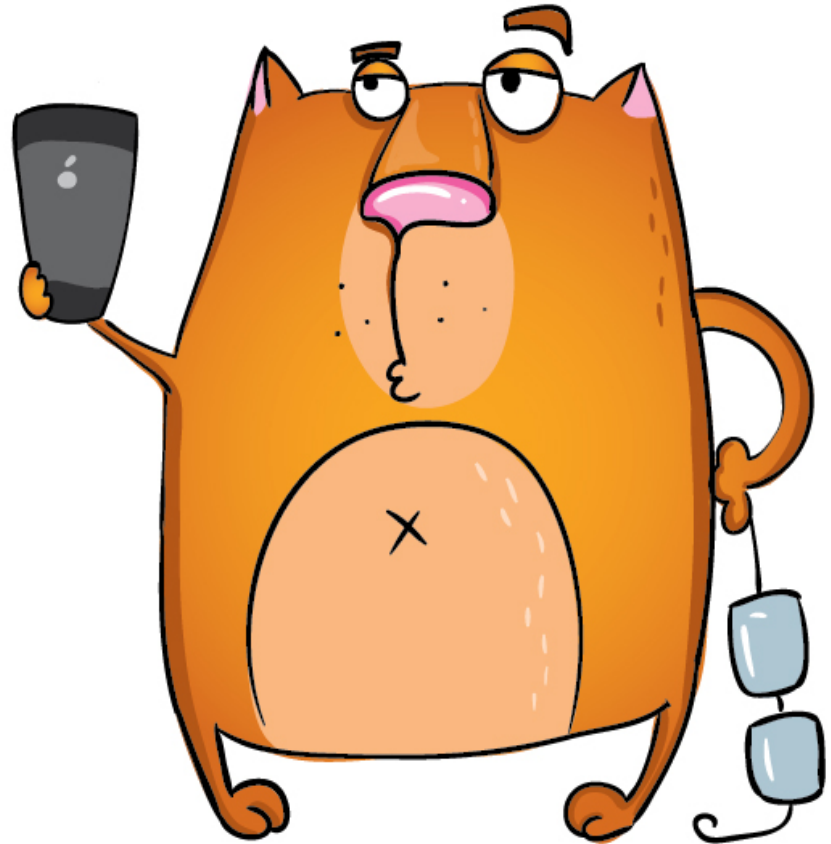
Вопрос КТО?

Определяем ЦА

1. Посмотреть статистику страницы (своей или со схожей тематикой)
2. Определить кому должен понравиться продукт (рамки)
3. Вывести среднее и начать работу
4. Постоянно корректировать и расширять рамки

ВАЖНО!

- быть там, где твоя ЦА
- читать тематические сообщества
- мониторить конкурентов
- отсекаать и следить за лидерами мнений



Вопрос КАКИЕ? FACEBOOK

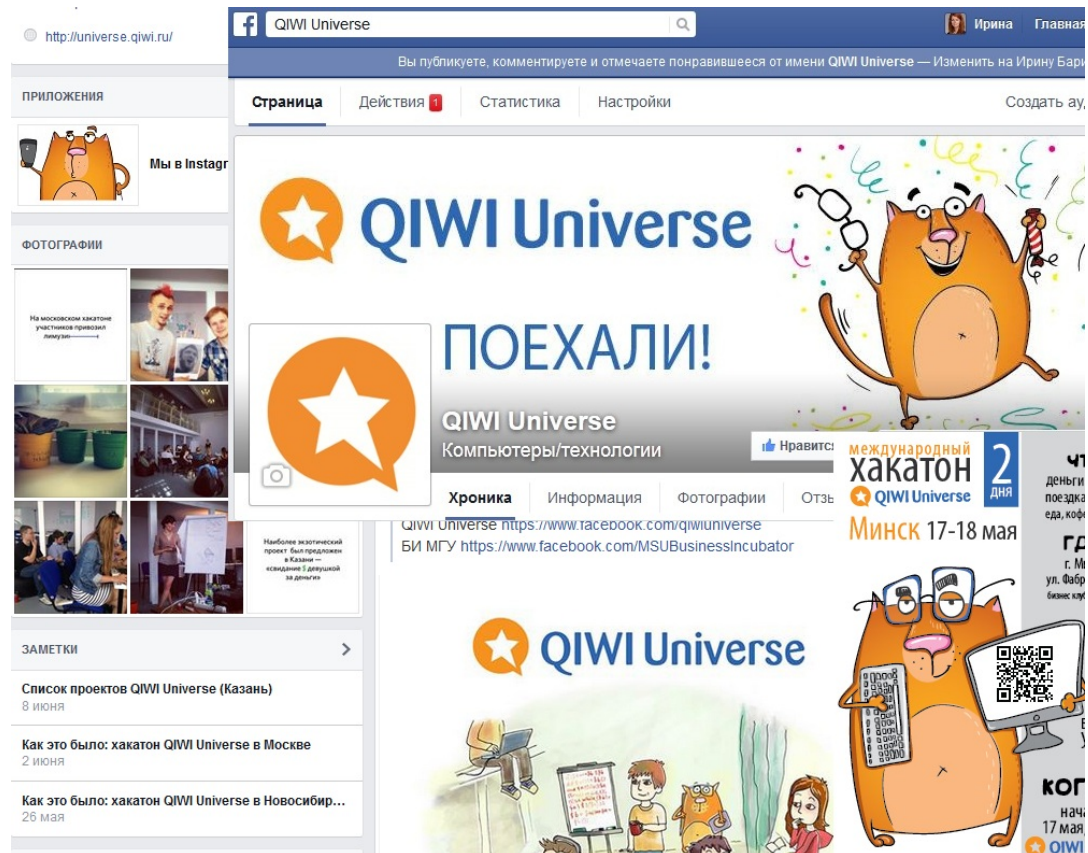
25,4 млн пользователей,
продвижение по бренду, парадигма:
пользователь-администратор

Преимущества продвижения:

- взрослая и обеспеченная аудитория (маркетологи, IT, менеджеры, люди с контактами зарубежном, образование и доход выше, чем у ВК)

Минусы продвижения:

- сложный интерфейс и, как следствие, меньше людей (чем ВК и Одноклассники)
- расходы на одного пользователя выше, чем в других социальных сетях



Вопрос КАКИЕ? VKONTAKTE

52,7 млн пользователей, аудитория
более молодая, чем FB и Одноклассники,
парадигма: пользователь-
пользователь

Преимущества продвижения:

- можно настроить очень подробный таргетинг (возраст, пол и т.д.)
- популярность комьюнити-модели общения
- много инструментов как внутри системы, так и во вне

Минусы продвижения:

- очень дорогая реклама
- большое количество «мертвых душ»
- закрытая система с фактором формализма (постоянные обновления системы)

QIWI Universe
#qiwiuniverse не только выводит задумки на орбиту, но и делает воображаемое реальным. Встречайте: первый настоящий Котон #qiwicat, который стал символом наших хакатонов и всеобщим любимцем. Мы отдадим его в добрые руки одному из наших подписчиков. Возможно, это именно вы?)
Чтобы поучаствовать в розыгрыше Котона вам необходимо:
а) Быть подписчиком <http://vk.com/qiwiuniverse>
б) Сделать репост этой записи у себя на странице
в) Любить котов
Завтра в 12:00 мы случайным образом выберем победителя, даже несмотря на то, что нам очень хочется оставить Котона себе:) Удачи!



1 июл в 11:14

Поделиться 7 Мне нравится 36



Димон Пашкевич
QIWI, а сколько всего команд? И сколько мест в акселераторе?
2 июл в 10:27 Сообществу | Ответить



QIWI Universe
Итак, у нас есть победитель! Котон отправляется к @Денису Садыкову. Поздравляем! А остальных призываем не расстраиваться и следить за нашими новостями. Мы постараемся подарить Котонку и другие приятные подарки как можно большому количеству наших подписчиков!

*Победитель определен с помощью сервиса <http://bestrandom.ru/>

2 июл в 12:05 | Ответить

Если вы участвовали в хакатоне, но не заняли одно из призовых мест, у вас есть возможность доработать свой проект, подать заявку на прямой отбор до 10 июня и оказаться в числе лучших в финале. Регистрация проектов здесь: <http://universe.qiwi.com/apply.html>



Поделиться 2 Мне нравится 17

Скрыть комментарии

Фраза "сотовая сеть Интернета вещей" звучит скорее как
... проекта

3 июл в 8:35 | Ответить



Сергей Шнаков
неплохо было бы хотя бы ссылку на что-либо прикрепить где можно про них прочитать.
3 июл в 8:46 | Ответить



Илья Муравьев
Тигур, отвечу как участник QIOT, вкратце это сеть для различных датчиков и устройств, которые могут работать долго, стоимость которых низка, и можно сделать покрытие куда большее чем у ОПСОС
3 июл в 8:49 Тигуру | Ответить



Тигур Мустафин
Илья, датчиков и устройств для чего?

Например, сеть термометров, которые передают друг другу инфу? Т.е. связь устройств через транзитные устройства?

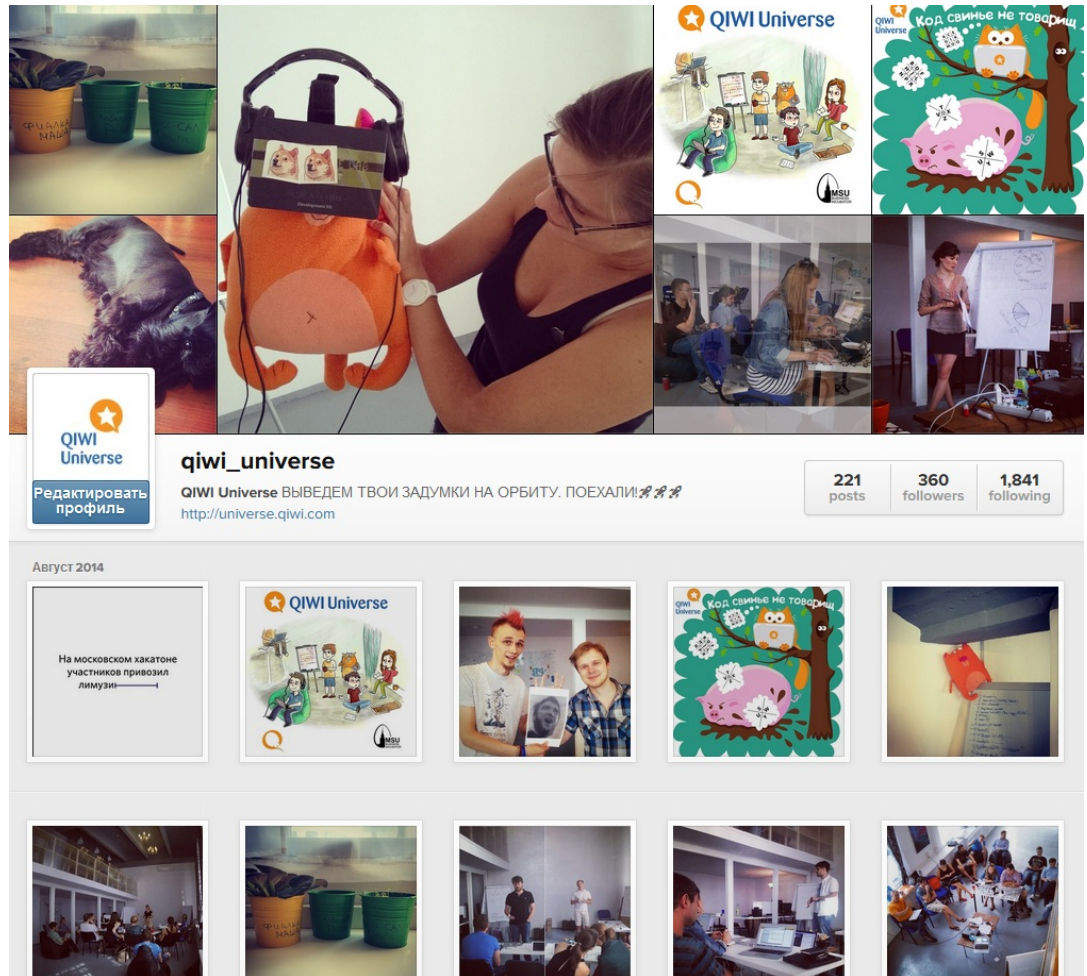
Вопрос КАКИЕ? INSTAGRAM и TWITTER

Instagram

- больше свободы, чем офф каналы
- конкурс
- хештеги, геотеги, ЦА

Twitter

- сток с основных каналов
- высокая мобильность
- ЦА (для России: маркетологи, менеджеры, журналисты, бизнесмены, чиновники, знаменитости)
- генератор трафика



Вопрос КАК?

Контент

Развлекать, а не впаривать

Виды контента:

- развлекательный (картинки, мемы, комиксы, юмор)
- обучающий (полезные статьи, аналитика, мастер-класс)
- профит (бонусы, призы)
- вовлекающий (общаться, делиться эмоциями)

ВАЖНО!

1. Весь контент нужно брендировать
2. Составить контент-план
3. Правильное оформление постов
4. Промо самых популярных постов



Советы, как стать богаче :-)) При поддержке НИУ ВШЭ
7 августа

Если не каждый, то большинство владельцев банковской карты сталкивались с проблемой получения нужной суммы наличных средств в банкомате. Почему же платежное устройство отказывает в выдаче денег?

Существует несколько причин, из-за которых банкомат может не реагировать на запрос выдать наличность. К ним относятся:

- отсутствие денежных купюр в банкомате

Другими словами, в платежном устройстве закончились денежные средства, или же их недостаточно для полноценного удовлетворения запроса владельца карты. В таком случае, либо необходимо попробовать снять меньшую сумму, либо же найти другой банкомат. Местонахождение последнего можно узнать по горячей линии, номер которого указывается на самом устройстве.

- отсутствие достаточного количества средств на карте

Чтобы убедиться в том, насколько запрашиваемая сумма соответствует тому количеству средств, которые имеются на карте. Для этого просто необходимо проверить баланс карты на самом банкомате или также с помощью мобильного банкинга. Еще одной причиной отказа в выдаче требуемой суммы с кредитной карты может служить наличие комиссии, которая взимается при обналичивании средств. Можно просто повторить свой запрос и потребовать меньшую сумму для снятия.

- превышение дневного или месячного лимитного порога

Кредитные банковские карты имеют определенный дневной или месячный лимит на снятие денег. Если данный порог исчерпан, то очередное снятие наличности возможно на следующий день или месяц. При срочной необходимости в наличных деньгах рекомендуется

VS

Питербургская, 52
ИТ ПАРК КАЗАНИ
когда?
начало
7 ИЮНЯ, 10:00
QIWI Universe

Нравится · Комментарий · Поделиться

Охват: 494 пользователей

Посмотреть результаты

QIWI Universe
Опубликовано: Ирина Баринская (?) · 2 июня

Как это было: хакатон QIWI Universe в Москве

Более 200 участников, 53 бизнес-идеи и 26 реализованных прототипов - вот результат 24-часового хакатона QIWI Universe в Москве, который прошел 31 мая - 1 июня.

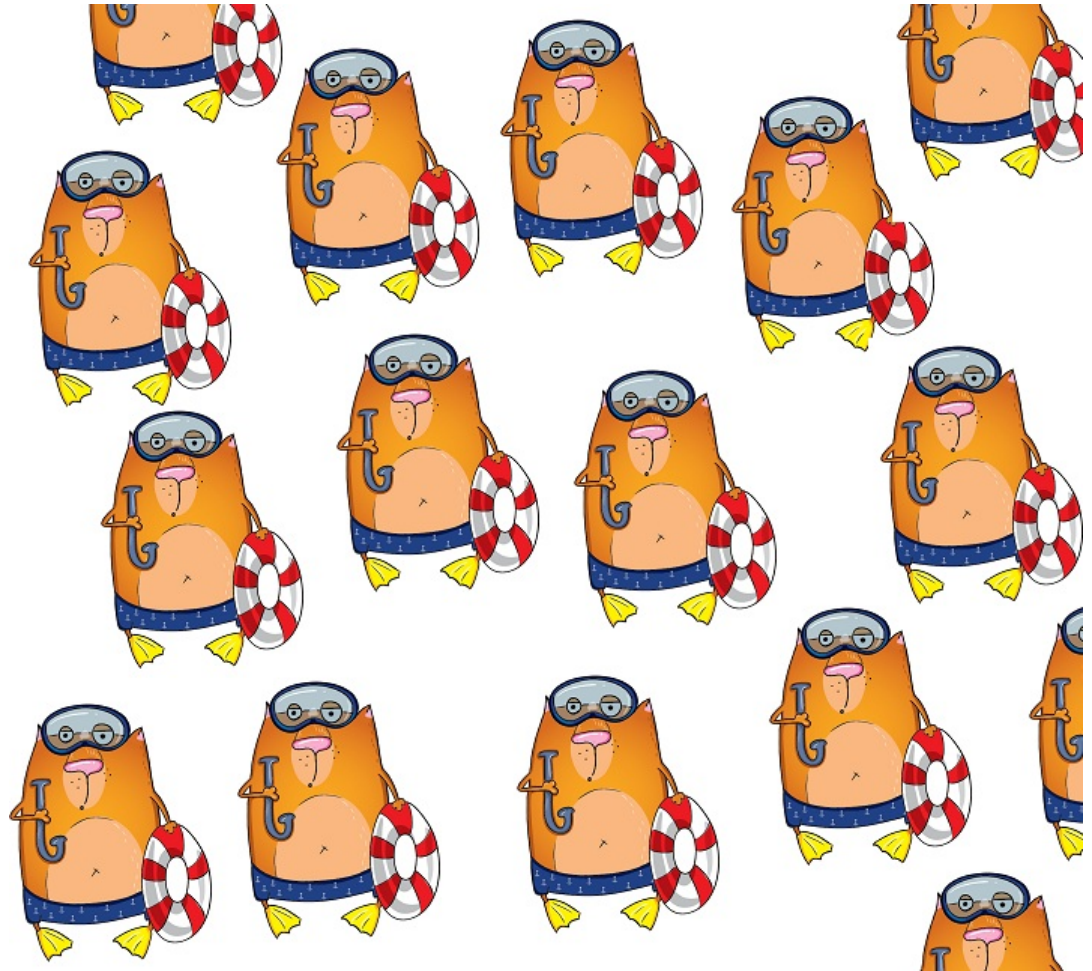
Призовые места получили команды-авторы следующих проектов: первое место — «QIOT», сотовая сеть Интернета вещей, второе — «Team4Dev», интерактивная презентация для взаимодействия неограниченного количества пользователей с докладчиком, и третье место - проект «ImageServer», сервер для оптимизации картинок. Также жюри от...

Продолжить чтение ...

Вопрос КАК? Привлекаем подписчиков

Накрутка – путь слабаков и хипстеров

- 1) Качественный контент (см. предыдущий слайд)
- 2) Таргетированная реклама
- 3) Обмен контентом с большими площадками (за деньги и бесплатно)
- 4) Через персоналий, комменты и общение
- 5) EdgeRank, Like Box
- 6) Биржа постов
- 7) Сервисы накрутки (не отменяет того, что они для слабаков)



Вопрос ГДЕ?

Выбираем подрядчиков

Не умеешь – не делай

(или делай и говори всем, что это твоя
фишка)

- 1) Youdo.ru любые услуги
- 2) Тематические группы в ВК и FB
- 3) Спроси меня☺

Примерные расценки:

Копирайтер: от 150 за 1000
знаков

Фотограф: от 4-5 тысяч за
съемку

Дизайнер: от 1000 за картинку

Инфографика: от 7000 за
картинку

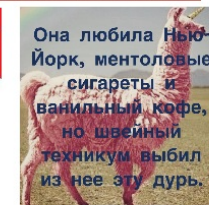
Видео: от 5 000 за ролик



Parkki



6-7 июня 2013
Courtyard by
Marriott Moscow



Вопрос В ЧЕМ?

Мониторинг

Прежде чем оценить результат – провести исследование

Основные источники информации:

- данные веб-аналитики (посещаемость, активность пользователей)
- анализ действий в соцсетях (лайк, шер, репост, коммент)
- внутренняя статистика
- данные мониторинга (упоминания, тональность)
- ссылки с utm-метками (для вычисления трафика или Яндекс.Метрика и Google Analytics)

Гораздо проще: прикрутить один из сервисов мониторинга (на первых этапах подойдет бесплатный)



Вопрос В ЧЕМ?

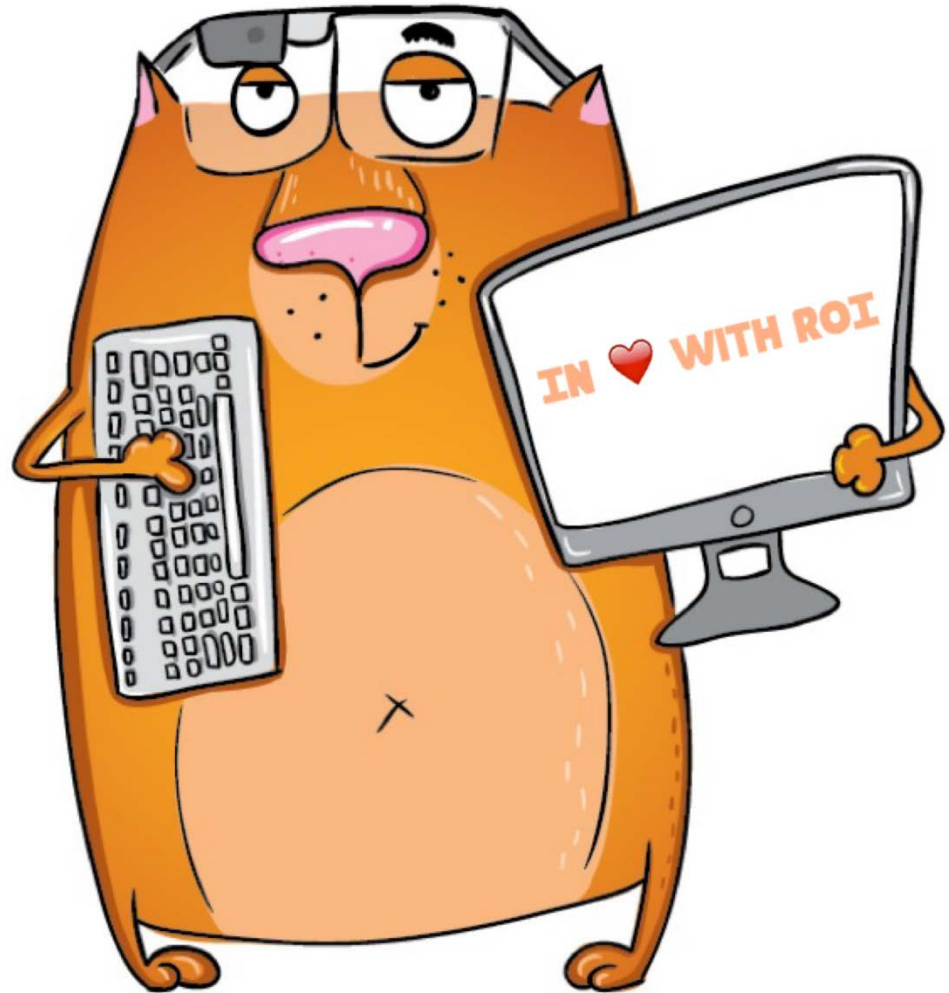
Оцениваем эффективность

ROI ($ROI = ((\text{Прибыль} - \text{Затраты}) / \text{Затраты}) \times 100\%$)

KPI (если цели не достигнуты, значит что-то пошло не так)

Сравнить результаты SMM с результатами других маркетинговых инструментов

Сравнить свои результаты с результатами конкурентов



Вопрос В ЧЕМ?

Метрики

1. Охват аудитории
2. Количество подписчиков
3. Соответствие ЦА
4. Количество посетителей (мин. 3% от общего кол-ва, ВК может быть меньше)
5. Social action (like, коммент, транзакция, участие в промо, закаченный контент)
6. Резонанс (кнопка «Поделиться»)
7. Информационный фон
8. Трафик на внешний сайт
9. Качество трафика (время на сайте, сколько страниц посмотрел и т.д.)
10. Целевые действия (звонок, заявка, подписка и т.д.)
11. Количество продаж



Бонусный слайд

Продвижение приложений в AppStore и Google Play

- 1) Рассказать всем (акк в соцсетях, друзья, площадки с ЦА)
- 2) Сплетни и слухи (кормить троллей, быть готовым к негативу)
- 3) Офлайн (QR-коды, партнеры, макеты, листовки, журналы)
- 4) Промо-коды для лидеров мнений, для дружественных групп
- 5) Видеоролик (о продукте, себе или вирус)
- 6) Локализация (перевести на несколько основных языков)
- 7) Поделиться (механизм отправки в соцсети, расшарить достижения)
- 8) Внутреннее кросс-продвижение через другие приложения
- 9) Продвижение через Sponsored Stories Within an Apps



Спасибо за внимание и пусть все
получится😊



Irina Barinskaya
+7 (926) 155 7277
irina.barinskaya@gmail.com
skype: irina.shaplin
facebook.com/irina.barinskaya