

PR в социальных сетях

Гаяне Гагиковна Хачатрян
khachatryan@centero.ru

Как Барак Обама победил при помощи социальных сетей



The image shows a screenshot of Barack Obama's Facebook profile page. At the top, the Facebook logo is visible. Below it, there is a green button labeled "Inscription" and the text "Barack Obama est sur Facebook" followed by "Inscrivez-vous sur Facebook pour communiquer avec Barack O".

The profile picture of Barack Obama is shown on the left. To the right of the profile picture, the name "Barack Obama" is displayed with a verified badge. Below the name are tabs for "Mur", "Infos", "Événements", and "Articles". A filter button "Barack Obama" is set to "Fans seulement".

Below the profile picture, there is a bio: "President Barack Obama is the 44th President of the United States of America." Below the bio is an "Informations" button.

The main content area shows two posts. The first post is titled "Barack Obama Delivering a major a tomorrow night at 8pm. Sign up to h fellow supporters:". It includes a thumbnail image for a "SPECIAL PRESIDENTIAL ADDRESS ON HEALTH CARE" and the text "Host or Attend a Party" and "Source : my.baracko". The post is timestamped "Il y a 8 heures".

The second post is titled "Barack Obama Welcoming the natio today at noon ET:" and includes a thumbnail image for "The President's Back-To-School Mess".

Эффект стрекозы

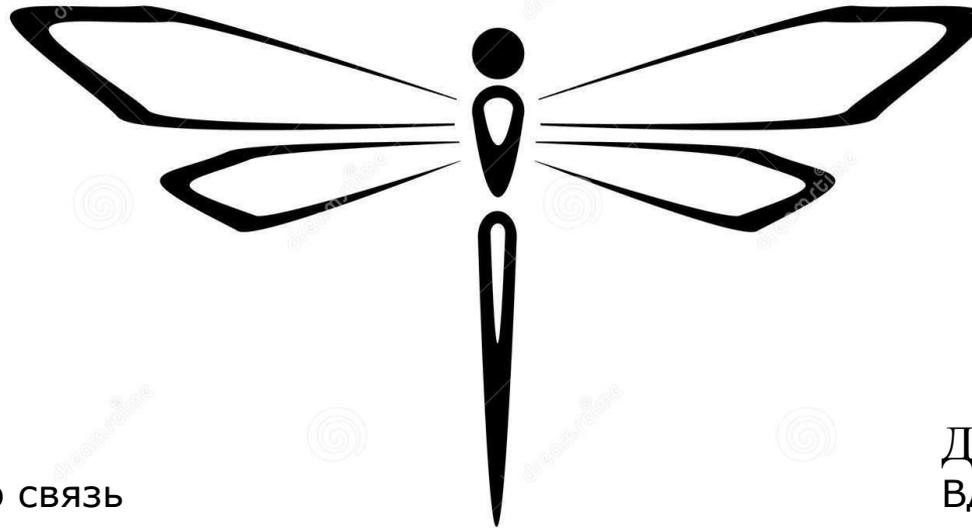
Дж. Аакер, Э. Смит

ФОКУСИРОВАНИЕ

Выберите одну конкретную измеримую цель

ВНИМАНИЕ

Заставьте обратить на вас внимание



ВОВЛЕЧЕНИЕ

Создайте личную связь между собой и собеседниками

ДЕЙСТВИЕ

Вдохновите людей на действие и помогите им

Крыло 1. Фокусирование

ЧЕЛОВЕЧ-
НОСТЬ

ИСПОЛНИ-
МОСТЬ

ИЗМЕРИ-
МОСТЬ

ЯСНОСТЬ

РАДОСТЬ

Крыло 1. Фокусирование



Человечность

КТО ВАША АУДИТОРИЯ?

Слушайте, исследуйте,
задавайте вопросы.
Постарайтесь понять
человека



ЧЕГО ВЫ ХОТИТЕ ОТ АУДИТОРИИ?

Определитесь с этим
вопросом и убедитесь, что
ожидаемые действия
соответствуют ее
интересам.

ЧТО МЕШАЕТ ИМ СПАТЬ ПО НОЧАМ?

Чего боится представитель
вашей целевой аудитории?
Можете ли вы
использовать этот страх?

ЧТО МОЖЕТ ЗАСТАВИТЬ ИХ СОПРОТИВЛЯТЬСЯ?

Что мешает вашей аудитории
принять ваше обращение
близко к сердцу и начать
действовать?

Крыло 1. Фокусирование



Исполнимость

ОБЩАЯ ЦЕЛЬ

Долгосрочная цель, определяющая проблему, которую вам предстоит решить

ТАКТИЧЕСКИЕ

ЗАДАЧИ

Краткосрочные цели — небольшие, достижимые, с измеряемым результатом



Крыло 1. Фокусирование

ЧЕЛОВЕЧ-
НОСТЬ

ИСПОЛНИ-
МОСТЬ

ИЗМЕРИ-
МОСТЬ

ЯСНОСТЬ

РАДОСТЬ

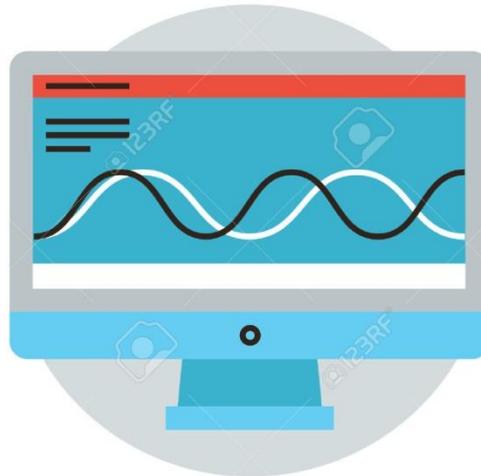
ИЗМЕРИМОСТЬ

ОПРЕДЕЛИТЕ МЕТРИКИ

Метрики должны оценивать
ваши действия и их
успешность

ПРОБУЙТЕ

Используйте недорогие
способы проверки ваших
предположений



СОБИРАЙТЕ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ

Ваша задача — понять
аудиторию и определить
«зоны недовольства».
Огромную помощь в этом
могут оказать исследования

УСТАНОВЛИВАЙТЕ КРАЙНИЕ СРОКИ

Отмечайте маленькие
победы на вашем длинном
пути

Крыло 1. Фокусирование

ЧЕЛОВЕЧ-
НОСТЬ

ИСПОЛНИ-
МОСТЬ

ИЗМЕРИ-
МОСТЬ

ЯСНОСТЬ

РАДОСТЬ

Ясность

ДЕРЖИТЕ ЦЕЛЬ ЯСНОЙ

Ясная цель может быть масштабной или скромной, однако преследовать сразу несколько целей неразумно

НАЧНИТЕ С ПРОСТОГО

Начинайте с изменения самого простого поведения с наименьшими затратами



Крыло 1. Фокусирование

ЧЕЛОВЕЧ-
НОСТЬ

ИСПОЛНИ-
МОСТЬ

ИЗМЕРИ-
МОСТЬ

ЯСНОСТЬ

РАДОСТЬ

Радость



ЦЕЛЬ ДОЛЖНА РАДОВАТЬ ВАС

Цель, которую вы выбираете, должна быть важна для вас лично. Мысль о ее достижении должна хоть немного радовать вас. Если у вас отсутствует сколь-нибудь значимая мотивация, у других ее тем более не окажется

Крыло 2. Внимание

ЛИЧНЫЙ
ПОДХОД

НЕОЖИДАННО
СТЬ

ЗРИМОСТЬ

ОБРАЩЕНИЕ К
ЧУВСТВАМ

Крыло 2. Внимание

ЛИЧНЫЙ
ПОДХОД

НЕОЖИДАННО
СТЬ

ЗРИМОСТЬ

ОБРАЩЕНИЕ К
ЧУВСТВАМ

Личный подход

ЛИЧНОЕ ОБРАЩЕНИЕ

Сообщения, в которых, образно говоря, звучит ваше имя, создают чувство личного обращения. А это, в свою очередь, помогает привлечь человека и изменить его поведение



ПРОБУДИТЕ ЭМОЦИЮ

Используйте образы, слова, мысли, которые заставят ваших потенциальных избирателей сопереживать, и тогда они более активно отреагируют на ваши идеи

Крыло 2. Внимание

ЛИЧНЫЙ
ПОДХОД

НЕОЖИДАННО
СТЬ

ЗРИМОСТЬ

ОБРАЩЕНИЕ К
ЧУВСТВАМ

Неожиданность

ГОВОРИТЕ О ТОМ, ЧТО ВАЖНО ДЛЯ АУДИТОРИИ

Что самое важное из того, что ты хочешь донести до аудитории, и почему ты думаешь, что людям это интересно



НАЧНИТЕ С ФАКТА

Привлеките внимание простым, но способным удивить аудиторию фактом или цифрами статистики. Чем удивительнее факт, тем лучше

НАЧНИТЕ С ВОПРОСА

Вопрос, на который никто пока не знает ответа, захватывает внимание аудитории и возбуждает любопытство

ЗАДЕЙСТВУЙТЕ ЮМОР

Тщательно выбирайте стратегию использования юмора с учетом того, к кому вы собираетесь обратиться

Крыло 2. Внимание

ЛИЧНЫЙ
ПОДХОД

НЕОЖИДАННО
СТЬ

ЗРИМОСТЬ

ОБРАЩЕНИЕ К
ЧУВСТВАМ



НЕ РАССКАЗЫВАЙТЕ — ПОКАЗЫВАЙТЕ

Крыло 2. Внимание

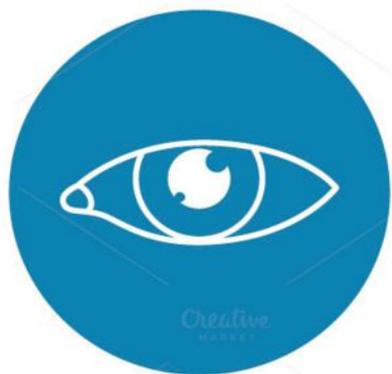
ЛИЧНЫЙ
ПОДХОД

НЕОЖИДАННО
СТЬ

ЗРИМОСТЬ

ОБРАЩЕНИЕ К
ЧУВСТВАМ

Обращение к чувствам



ЦВЕТ

Помните, что цвета тоже являются частью имиджа. Цвет помогает лучше запомнить ту или иную кампанию



ЗАПАХ

Запахи также неплохо запоминаются



ЗВУК

Используйте музыку, чтобы вызвать к жизни глубинные эмоции

Крыло 3. Вовлечение

ИСТОРИЯ

СОЧУВСТВИЕ

ИСКРЕННОСТЬ

Крыло 3. Вовлечение



ИСТОРИЯ

СОЧУВСТВИЕ

ИСКРЕННОСТЬ

ИСТОРИЯ

ПРИВЛЕКАЙТЕ ВНИМАНИЕ

Один из способов –
начните действие в местах,
знакомых вашей аудитории.



ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ

Важно, чтобы ваш главный
герой казался живым,
настоящим, — это поможет
людям почувствовать личную
заинтересованность в том,
что с ним произойдет.

УДЕРЖИВАЙТЕ ВНИМАНИЕ

Держите публику в
напряжении! Дайте людям
почувствовать, что нечто
вот-вот случится, — но не
раскрывайте всех карт

СОСРЕДОТОЧЬТЕ ВНИМАНИЕ НА ПРОБЛЕМАХ

К концу истории публика
должна быть готова оказать
вам помощь, предпринять те
или иные необходимые шаги.

Крыло 3. Вовлечение



Сочувствие

СОПЕРЕЖИВАЙТЕ ДРУГИМ

Что важно для вашей аудитории?

Какое отношение это имеет к вашей кампании?

Сможете ли вы постоянно и без проблем слышать вашу аудиторию в ходе кампании?

Сумели ли вы написать слова, которые найдут отклик в душах ваших слушателей и читателей?



Крыло 3. Вовлечение

ИСТОРИЯ

СОЧУВСТВИЕ

ИСКРЕННОСТЬ

Искренность

ПОКАЗЫВАЙТЕ РЕАЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ

В фото- и видеоматериалах используйте изображения реальных людей. Реальные люди пробуждают значительно больше эмоций.



ЛЮБИТЕ СВОИХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ

Делайте им маленькие подарки, приглашайте на мероприятия.

НАЙДИТЕ ВАШИХ САМЫХ ПРЕДАННЫХ ПОКЛОННИКОВ

Выясните, какие группы людей наиболее преданны вам, и облегчите для них возможность делиться информацией о вас.

Крыло 4. Действие

ПРОСТОТА

РАЗВЛЕЧЕНИЕ

ОРИЕНТАЦИЯ НА
СПОСОБНОСТИ
АУДИТОРИИ

ОТКРЫТОСТЬ

Крыло 4. Действие





Крыло 4. Действие



Развлечение

ПРИДУМАЙТЕ СТАТУСНЫЕ СИМВОЛЫ

Символы статуса — к примеру, какие-либо эмблемы — не стоят реальных денег, зато дают участникам чувство удовлетворения и возможность почувствовать себя победителями

СОЗДАВАЙТЕ СПИСКИ ЛИДЕРОВ

Список лидеров включает тех, кому удалось заработать наибольшие баллы в игре



ПОКАЗЫВАЙТЕ СТАТИСТИКУ

Команда Обамы на своей странице в ходе предвыборной кампании начисляла пользователям баллы за вовлечение друзей, финансовые пожертвования, участие в проведении мероприятий и посты в блогах.

Крыло 4. Действие

ПРОСТОТА

РАЗВЛЕЧЕНИЕ

ОРИЕНТАЦИЯ НА
СПОСОБНОСТИ
АУДИТОРИИ

ОТКРЫТОСТЬ

Ориентация на способности аудитории

ПРИВЛЕКАЙТЕ НАИБОЛЕЕ АКТИВНЫХ

Если вам нужно как можно шире распространить сообщение, обратите на него внимание наиболее активной части аудитории: эти люди станут проводниками вашей информации

СОЗДАЙТЕ СЕТЬ ВНУТРИ КАМПАНИИ

Начните с одного человека, который представит вас следующему, который представит вас еще кому-то — и так далее



Крыло 4. Действие

ПРОСТОТА

РАЗВЛЕЧЕНИЕ

ОРИЕНТАЦИЯ НА
СПОСОБНОСТИ
АУДИТОРИИ

ОТКРЫТОСТЬ

Открытость

ПРАКТИКУЙТЕ СВОБОДНОЕ ЛИДЕРСТВО

Если вы пытаетесь побудить людей к действиям ради достижения ваших целей, найдите в себе достаточно уверенности и скромности для того, чтобы отказаться от тяги к тотальному контролю

ГЛАВНОЕ — ОТНОШЕНИЯ, А НЕ ТЕХНОЛОГИИ

Создавайте культуру обмена информацией и добивайтесь доверия.



НАЧНИТЕ С ОДНОЙ ЯСНОЙ ЦЕЛИ

Постарайтесь наладить диалог, обеспечить людям поддержку или ввести определенное новшество

Эффект стрекозы

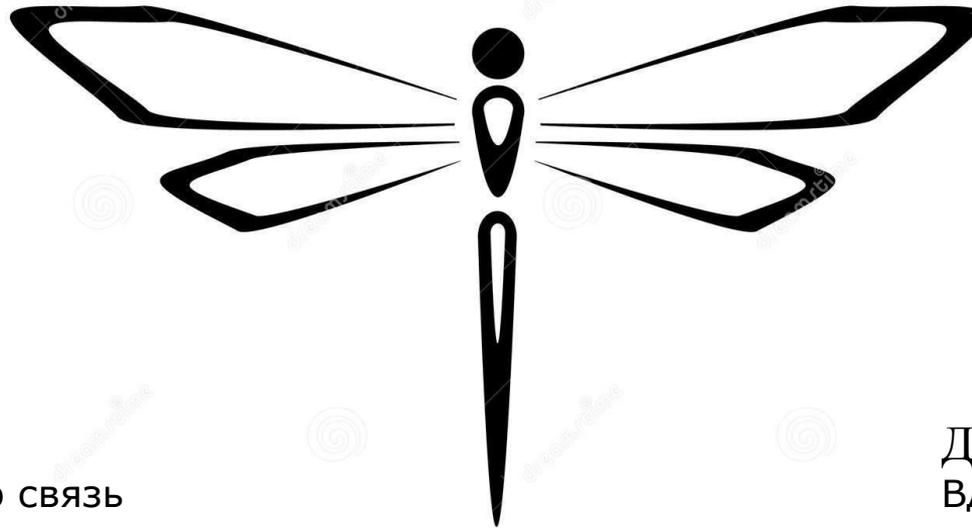
Дж. Аакер, Э. Смит

ФОКУСИРОВАНИЕ

Выберите одну конкретную измеримую цель

ВНИМАНИЕ

Заставьте обратить на вас внимание



ВОВЛЕЧЕНИЕ

Создайте личную связь между собой и собеседниками

ДЕЙСТВИЕ

Вдохновите людей на действие и помогите им

Как создать группу в ВК?

- Мои группы -> Создать сообщество -> Группа
- Заполните профиль в соответствии со своим образом. Опишите ваши цели и политическую программу
- Добавьте аудио, фото и видео материалы, опросы и т.д. Постарайтесь сбалансировать развлекательный и профессиональный контент
- Пригласите друзей в группу
- Назначьте членов вашей команды администраторами, редакторами или модераторами группы.
- Используйте хэш теги. Очень многие люди производят поиск внутри контакта с использованием хеш тегов.
- Анализируйте эффективность вашей предвыборной кампании при помощи инструментов для администраторов — «Статистика сообщества»
- Время публикации – Наибольший всплеск активности наблюдается в 9 часов утра и в час дня (13:00). Остальные пики приходятся на вечер (между 19:00 и 22:00). Именно в эти периоды лучше всего размещать посты. Тогда их прочтает большее число пользователей.

Желаем удачи!