

Конкурсы

Цели конкурсов. «Зачем я это делаю?»



Привлечение аудитории
в социальные сети



Популяризация бренда



Генерация активности
подписчиков



Взрыв продаж

Часть II:

**Типы конкурсов
и конкурсные механики**



Самые яркие примеры:
конкурсы фотографий, рисунков, видео и
прочие творческие;
конкурсы-челленджи;
конкурсы-квизы;
конкурсы отзывов.

Самые распространенные ошибки:

— **В выборе стратегии вирусной механики и площадки для проведения акции.**

выбор хештега без упоминания компании или неуникального хештега

— **Завышенные требования к участникам.**

дать адекватную оценку творческим способностям целевой аудитории. Если ваша аудитория — непрофессиональные художники, не стоит просить их нарисовать морской пейзаж.

— **Несоблюдение морально-этических норм.**

Некоторые «смешные картинки» берут своё начало из сомнительных фильмов, происшествий, или на них могут быть изображены личности с сомнительной репутацией. Бездумное проведение таких конкурсов может привести к крупному скандалу.

— **Завышенные ожидания и механики «не по зубам».**

Для малоизвестных брендов запустить челлендж или вирусное фото может стать непосильной задачей.

— **Плохо продуманная механика определения победителей.**

Особенно ярко эта ошибка заметна в творческих конкурсах. Оценка искусства — дело субъективное, у всех вкусы разные.