

Продвижение рекрутинговых услуг в социальных сетях

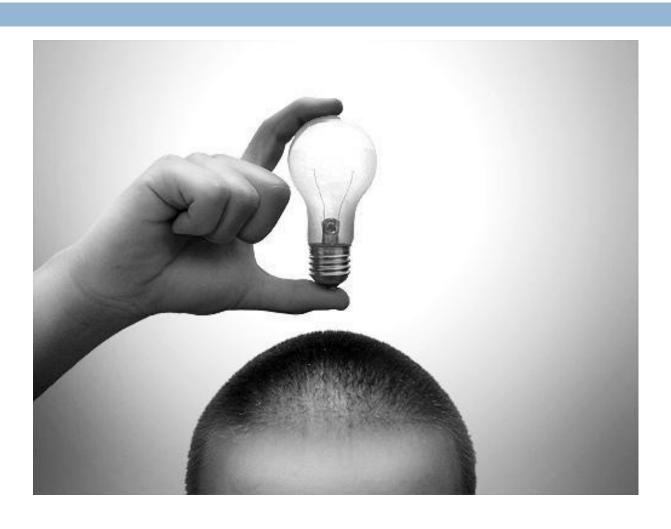
Managing Partner SMM Group | Business People Вита Кравчук

SMMGroup - Kiev - 2011

Знакомство:)









О чем будем говорить?

- новые «потребители» и «новые» медиа
- топ-рекомендации по работе с соцмедиа
- постановка цели присутствия в соцсетях
- выбор соцсети
- инструменты разных соцсетей
- примеры:)
- советы!



4

Рекрутинг - специфика

Как продвигаетесь сейчас?





- информационные и бизнес-порталы;
- открытые презентации;
- Networking: выставки, конференции, семинары, круглые столы;
- рассылки по базам клиентов.
- что-то еще?
- Пробовали соцсети?

Социальные сети для продаж?





Социальные сети, в первую очередь, это не инструмент для продаж, а механизм выстраивания взаимосвязи с потребителем, что в результате приведет к увеличению продаж.

Итак, главная цель продвижения в социальных сетях – создание двусторонней связи между вашим бизнесом и потребителем товарс



"Новые" потребители



что поменялось:

- ускорился ритм жизни;
- □ ПОСТОЯННО На «СВЯЗИ»;
- «информационный бум»;
- быстрый обмен информацией;
- большой разрыв между поколениями;
- Ү рожденные в 90-х;
- С поколение «социальных сетей»;
- «индивидуализация» товаров и услуг
- WEB 3.0: хотят сами создавать товары и услуги;



"Новые" потребители





Поведение:

- ищут реальные пути получения удовольствия даже имея всего несколько грн;
- делятся и меняются вместо того, чтобы покупать;
- повторно используют и обменивают вместо того, чтобы выбрасывать;
- не стесняются рассказывать окружающим,
 что на самом деле делают это;
- ценности социальной ответственности и ответственности за окружающую среду.



«Новые» медиа?





«Викиситиномика» и Web 3.0-интернет

наградили потребителей беспрецедентной силой голоса, охвата и предоставили отличную возможность для участия в разработке продуктов и услуг.



Социальные сети и В2В продажи



- таргетинг;
 - как искать и знакомиться с клиентом?
 - различия соцсетей: одноклассники, facebook, Вконтакте, LinkedIn.
 - с чего начать?
 - в чем отличие/ выгоды?



- узнаваемость?
- пояльность?
- повышение продаж?
- повышение кол-ва повторных покупок? Как часто обычно покупают?
- продажи новых услуг постоянным клиентам? Или еще
- поиск новых клиентов?
- удержание постоянных?

Кто ЦА в соцсетях:

- кто принимает решение о покупке?
- нам нужны компании или отдельные люди?
- кто может нас рекомендовать?

Первая стадия продаж - "неосведомленность".



2 Главная задача — найти контакт и "вступить в связь" с целевой аудиторией, ничего еще не знающей о вашей компании и/ или ее продуктах.

Социальные сети – идеальное место для создания баз контактов.

Возможности социальных сетей:

- выборка «потенциальных клиентов»
- первый контакт
- вступление в группы
- создание групп, страничек по темам, интересующим клиентов
- привлечение внимания к компании и к эспертам



Вторая стадия продаж – «осведомленность»



- после первых контактов с вашей компанией потенциальные клиенты должны осознать проблему – «формирование потребности»,
- донести более детальную и обширную информацию: личные сообщения с приглашением на презентации, создание событий, приглашение в группу

Пример:

Facebook

LinkedIn

HR. Ukraine

Eventors. Ukraine

Business. People

Третий этап продаж – "интерес".



Ваши клиенты из "потенциальных" становятся "перспективными". Они уже осознают проблему и изучают возможности ее решения.

Задача продавца – убедить клиента, доказать ему, что ваше решение – оптимальное.

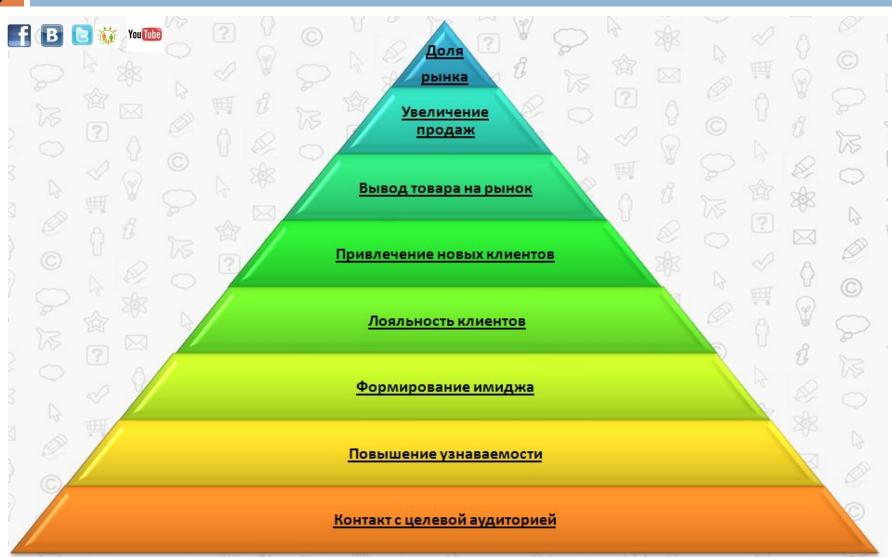
На этой стадии — назначение встречи либо приглашение на презентацию.

Предпочтительны – прямые коммуникации.

Продажи: полный цикл:)



15







Как выбрать площадку?











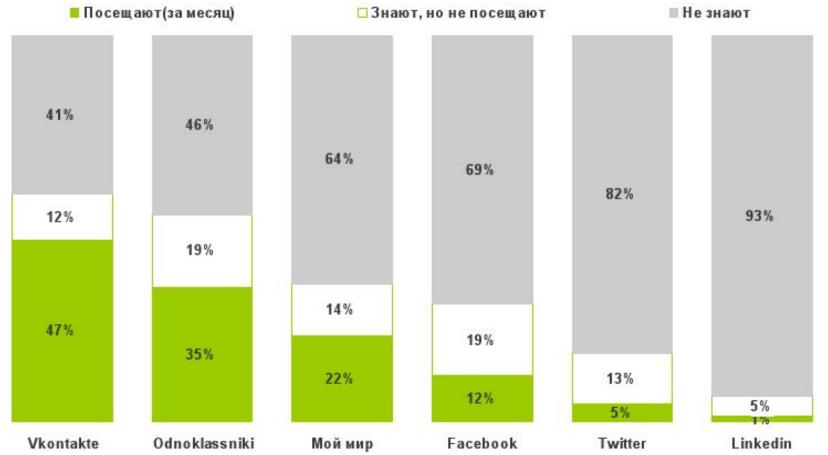
Знание / посещение социальных сетей

ММІ Украина 2010/4

17

База: регулярные пользователи Интернет







18

O TNS 2011

Демографический профиль пользователей сайтов



MMI Украина'2010/3+4 База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

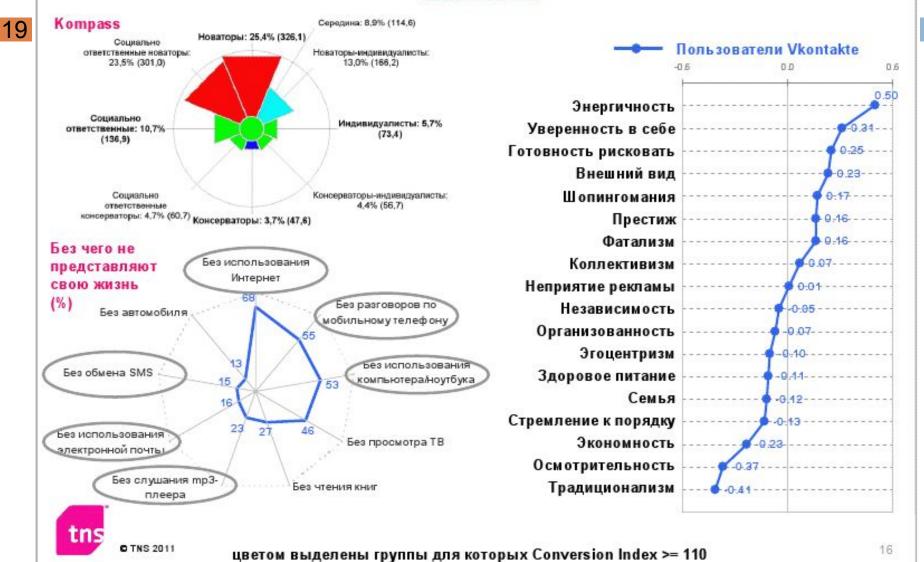
Среднесуточн аудитория саі		В КОНТАКТЕ	одноклассникили	facebook	
пол	Мужской	49%	44%	57%	
	Женский	51%	56%	43%	
ВОЗРАСТ	12-15	13 %	8%	12%	
	16-19	22%	14%	18%	
	20-29	38%	32%	36%	
	30-39	14%	25%	16%	
	40-54	11%	19%	14%	
	55-65	2%	4%	4%	
РОД ЗАНЯТИЙ	Предприниматели	1 5%	7%	9%	
	Руководители	3%	4%	7%	
	Специалисты	14%	21%	20%	
	Служащие	10%	12%	4%	
	Рабочие	13%	13%	9%	
	Учащиеся	41%	23%	38%	
	Домохозяйки	6%	9%	3%	
	Пенсионеры	1%	3%	5%	
	Безработные	4%	4%	2%	
tns	.5		u .	ш	

Пользователи Vkontakte: социокультурный профиль

MMI Украина'2010/3+4 База: регулярные пользователи Интернет



Среднесуточная аудитория сайтов



Пользователи Вконтакте



- социально активные новаторы
- готовые к риску
- не представляющие себе жизни без интернета и мобильных телефонов
- не скрывающие, что они слегка «шопоголики»
- придающие значение своему имиджу.

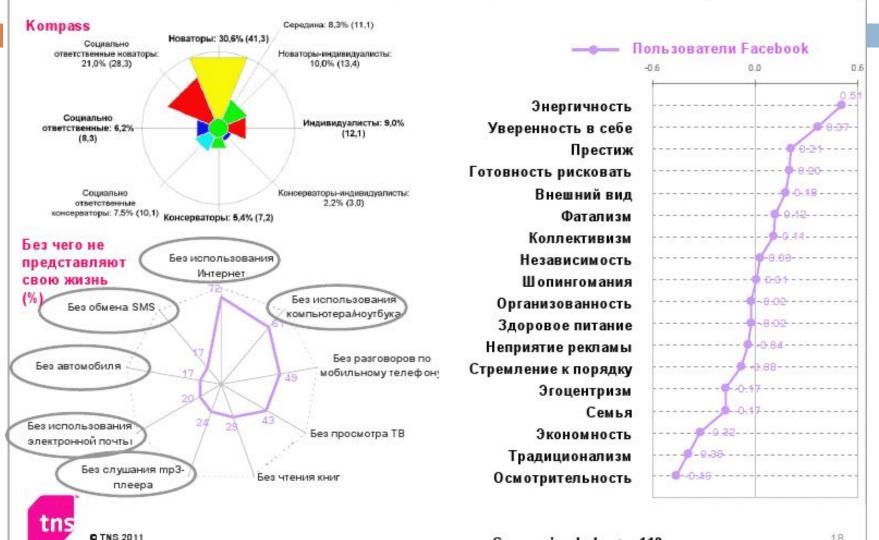


Пользователи Facebook: социокультурный профиль

ММІ Украина'2010/3+4 База: регулярные пользователи Интернет



Среднесуточная аудитория сайтов



цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

Пользователи facebook



- Энергичные
- Уверенные в себе
- Ценящие пристиж
- Заботятся о внешнем виде
- Готовые рисковать



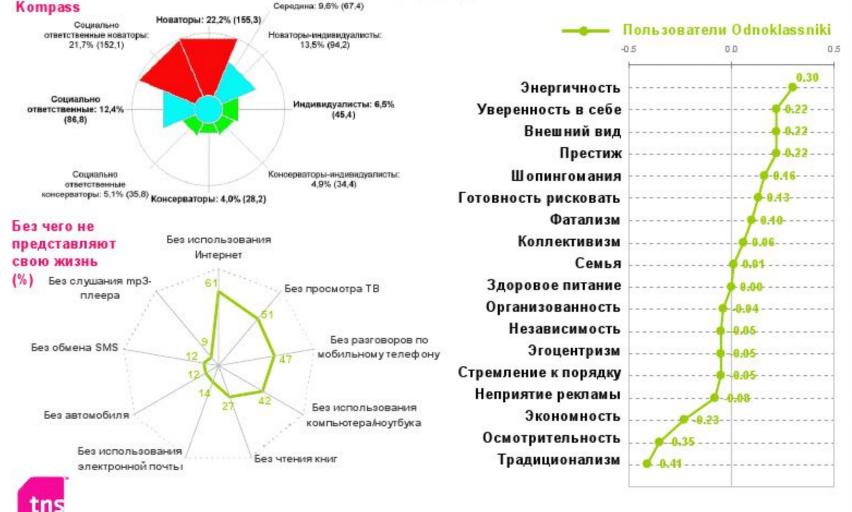
Пользователи Odnoklassniki: социокультурный профиль

ММІ Украина 2010/3+4 База: регулярные пользователи Интернет

O TNS 2011



Среднесуточная аудитория сайтов



цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

Пользователи Одноклассников



- Энергичные
- Уверенные в себе
- Заботятся о внешнем виде
- Заботятся о престиже
- Шопоголики
- Готовы рисковать



Linkedin



- Социальная сеть LinkedIn была основана Рэйдом Хоффманом в декабре 2002, запущена в мае 2003
- 85 миллионов пользователей
- Каждую секунду в ней регистрируется новый аккаунт
- LinkedIn сеть профессионалов (руководители, владельцы)
- «Качественная» аудитория
- LinkedIn ресурс для общения с хорошо знакомыми людьми.
 Очень часто круг общения пользователя LinkedIn состоит из людей одной с ним профессии

www.linkedin.com

Пример:)



Ш Стена











Онас

Внимание! Здесь ежедневно появляется одна НОВАЯ вакансия Рунета. Не пропу...

Еще

10 787 это нравится

PRUFFI

Консалтинг/Бизнес-услуги

Стена



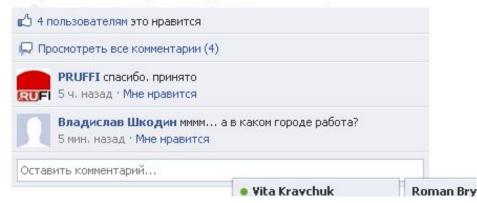
PRUFFI

вакансия дня: руководитель отдела тестирования 130 000 руб, крупный интернет-проект, много запусков, много багов:) ищут профессионала тестирования, которые возглавит отдел (в подчинении 3 тестировщика и 4 юзабилиста). Тестить как на вебе, так и на мобильных устройствах.

Оплата успешной рекомендации 1000 евро.

Рекомендуйте, пжлст, через PRUFFI Friends - так вы обеспечиваете конфиденциальность рекомендуемому.

Мне нравится: Комментировать: Поделиться: 11 ч. назад



Пример:)



PRUFFI

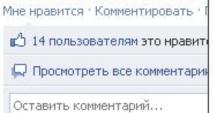
вакансия дня (предвестник кизиса); антикризисный управляющий в интернет-холдинг - 500 000 руб + премии

Основная задача: оперативно выработать тактику как значительно снизить косты, не нанеся ущерб аудитории и качеству проекта. Опты в программах по сокращению персонала, оптимизации затрат, хорошее понимание специфики интернте-проектов. Свободный английский (подчинение и ежедневная работа с экспатом). От 35 лет, мужчина, решительный и стрессоустойчивый.

Оплата успешной рекомендации 1000 евро..

Пожалуйста, рекомендуйте через <u>PRUFFI Friends</u> - так вы обеспечиваете

конфеденциальность рекомендуемом /





Мне нравится

PRUFFI Friends

Прил. 402 people like this

6 друзьям это нравится



×



PRUFFI

вакансия дня: руководитель рекламных спец.проектов 100.000 руб +проценты

в крупный интернет-проект нужен руководитель направления продаж спец.проектов.- обязательно сочетание опыта работы и креатива. Горящие глаза, любовь к "женской и детской" тематике обязателен

Пример:)



🔟 Информация



🔯 Отзывы

Обзор отзывов

★★★★ (4.2 из 5)

На основании 13 отзывах

1 601

активных пользователей за месяц

PRUFFI Friends

🖒 Мне нравится

Перейти к приложению

Прил.

Основная информация

Описание Рекомендуй ежедневно одного друга на новую вакансию и приложения получай 1000 евро за успешную рекомендацию.

Отзывы

Все обзоры

Оценка: ****

Написать отзыв о PRUFFI Friends

Поделиться рецензией



Sergey Chaplygin

"★★★★★" Антикризисный управляющий. Себя. Мастер административной технологии. Подробности в привате.

Мне нравится : Комментировать : Вчера, в 17:59

Топ-7 решений по работе в социальных медиа – рекомендации от компаний Fortune1000:



- 1. Создайте интернет-сообщество любителей бренда и принимайте во внимание их идеи (узнать мнение членов сообщества легче всего через опрос);
 - 2. Избегайте рекламы ради рекламы и не пиартесь намеренно: лучше размещайте важные сведения на своем интернет-ресурсе;
 - 3. Сделайте работу с социальными СМИ частью стратегии; всегда помните о целях компании;
 - 4. Добавьте мониторинг соцсетей к существующим процессам мониторинга это поможет быстро узнавать об изменениях в репутации вашей компании;
 - 5. Создайте службу внутреннего общения с пользователями и подготовьте ответы на самые распространённые вопросы прежде, чем вступите в диалог с пользователями соцсетей;
 - 6. Выступайте «адвокатом» онлайн-пользователей при разговоре с руководством вашей организации, не ведите себя как «посол бренда» в интерактивном общении с пользователями;
 - 7. Если это возможно, устраните необходимость в корпоративном одобрении социального медиа-контента, чтобы вы могли более оперативно реагировать на ситуации.

Профессиональные социальные сети SMM Group



0

HR. Ukraine

www.hrukraine.ning.com

Business. People

www.businessua.ning.com

Спасибо за внимание!



Мы, с удовольствием, ответим на все Ваши вопросы



Вита Кравчук

Managing partner

SMM Group | Business People

093 520 82 56

kravchuk@businessua.net







