

# Маркетинг в социальных сетях: «ПОДВОДНЫЕ» камни и возможности



Никита Орфёнов,  
ЗАО «Айкумен ИБС», Москва



# Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)

21 февраля 2012

## Объем рынка рекламы в России, 2010 и 2011 года (млрд. руб. и % изменения)

	2010	2011	Изменение
Телевидение	110.8	131.0	18%
Интернет	26.8	41.8	<b>56%</b>
Наружная реклама	29.7	34.3	15%
Журналы	18.3	19.8	8%
Рекламные материалы	11.4	11.8	3%
Радио	10.3	11.8	15%
Газеты	8.2	8.8	7%
Другие СМИ	3.1	4.1	32%
<b>ВСЕГО</b>	<b>218.6</b>	<b>263.4</b>	<b>21%</b>

# Интернет-маркетинг

*Поисковое  
продвижение*

*Контекстная  
реклама*

*Рассылки*

*Медийная  
реклама*

*Вирусный  
маркетинг*

**SMM**

# Жизненный цикл социальных медиа



# Особенности работы в социальных медиа



- Компания – не центр Вселенной;
- Размер сообщества не важен;
- Неподдельный интерес к людям в соц.медиа;
- НЕТ прямой рекламе;
- Личное вовлечение сотрудников компании;
- Скорость ответа;
- Не ждать мгновенной отдачи;
- Внимание к каждому пользователю

# Возможности в социальных медиа

## Очевидные

- анализ своей компании
- анализ компаний-конкурентов
- анализ отзывов о компании

## Скрытые

- анализ работы подрядчиков
- отношение к топ-менеджерам компании
- поиск клиентов
- переманивание нелояльных клиентов у конкурентов
- выявление площадок, где говорят о бренде или компании
- анализ спроса людей, их скрытых потребностей

# Виды негатива

Конструктивный

Импульсивный

Черный PR  
от конкурентов

Троллинг

# Конструктивный негатив

Автор	критикует реально существующие проблемы, либо жалуется неоправданно
Цель	получить обратную связь с компанией
Мотивация	внутренняя – равнодушие к компании
Особенность	искренность

# Импульсивный негатив

Автор	просто выплескивает свои эмоции
Цель	высказаться, спустить пар
Мотивация	внутренняя – сбросить напряжение
Особенность	безапелляционность

# Черный PR от конкурентов

Автор	пишет негативные посты по заказу конкурента
Цель	нанесение ущерба репутации компании
Мотивация	внешняя - деньги
Особенность	беспринципность

# Троллинг

Автор	провоцирует конфликтную ситуацию
Цель	самоутверждение
Мотивация	внутренняя – вызвать ответную реакцию
Особенность	невменяемость



[www.iqbuzz.ru](http://www.iqbuzz.ru)

**Успехов вам!**