



Перспективы использования геосоциальных сервисов в маркетинговой деятельности

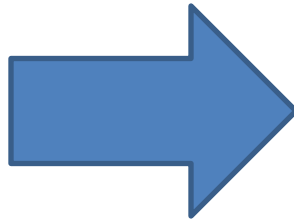
2010 – активно развиваются геосоциальные сети



Почему?

Смена взаимоотношений

B2C



B2P

Business2Peer

Или даже так

- Peer
- Peer
- Brand

Общение между потребителями становится как никогда *простым*.



Делиться опытом – позитивным и негативным – стало гораздо *проще*

Влияние на потребителей

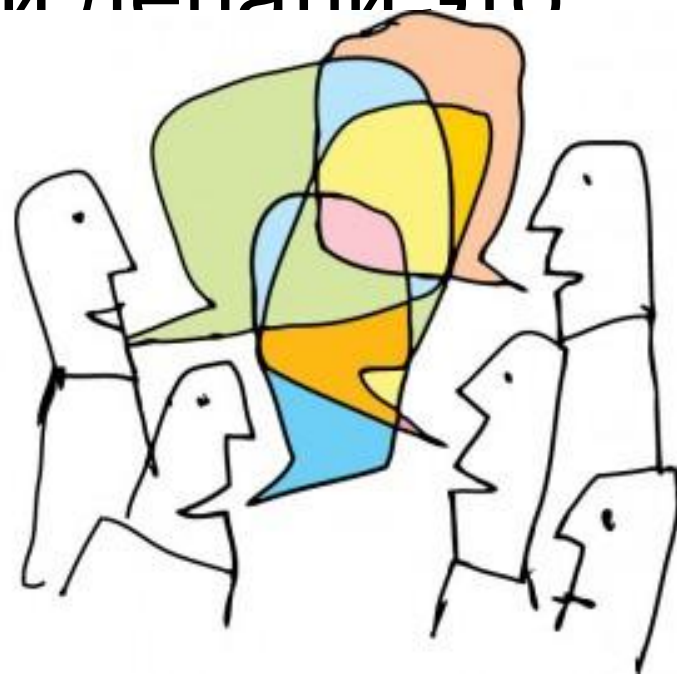
Важность постпокупочного поведения –
люди делятся опытом

Рекомендации оказывают влияние на
принятие решения о покупке

Обмануть людей очень сложно



**Компании уже не могут
контролировать распространение
информации, как они *лепапи* это
раньше**



**Поэтому к новой среде *необходимо
приспосабливаться***

Коммуникацию все сложнее
разделить на онлайн и
оффлайн
Возникновение Nonline мира



Nonline среда

Отсутствие привязки к месту

Всегда в сети

Сильные социальные связи

Обусловлена мобильными

4,6 млрд!

устройствами

В этих условиях развиваются
геосоциальные сервисы



Что такое Геосоциальные сервисы

**GPS + механизмы социального
взаимодействия + игровая
составляющая**



Взгляд пользователя

Мне нравится место

или **Р**ядом есть интересное место

Я отмечаюсь в нем

Я зарабатываю очки

Я смотрю, где были мои друзья





foursquare



Подобные сервисы не являются принципиально новыми

2005 – Loopt

2007 - Brightkite, Gowalla

2008 – AlterGeo (Россия)

2009 – Foursquare, Google Latitude

2010 – Facebook Places, Twitter

*В 2010 крупные социальные сети
добавили*

геосоциальные функции

Игроки на рынке

loopt

foursquare

facebook



С чем же связана их нынешняя популярность?

Переход социальных медиа в фазу зрелости

Распространение 3G сетей

Распространение смартфонов с функцией GPS

Интеграция новых платформ с существующими социальными медиа

Игровые аспекты геосоциальных платформ

Выгоды для компаний

Следующий шаг во взаимодействии с потребителями

Относительно низкие затраты на коммуникацию

Высокие показатели вовлечения аудитории

Высокий CTR

the geosocial universe

Brought to you by JESS3

4.6 Billion
mobile devices globally

0.4 **Gowalla**

3 **brightkite**

3 **foursquare**

3 **Google Latitude**

loopt 4

60
million

LinkedIn

114
million

twitter

115
million

friendster

126
million

myspace.

173
million

GMail

284
million

YAHOO!
Mail

Windows Live
Hotmail
360
million

facebook
500
million

How many users
access the site via
mobile device.

skype
590
million

Аудитория геосоциальных сетей



He
густо

Аудитория

Молодые

Социально и технически подкованные

Живущие в больших городах



Особый характер аудитории

Текущие пользователи -

Инноваторы

Трендсеттеры

Лидеры мнений



И они хотят делиться мнением



Ivan Smirnov

Череповец, Россия

DAYS OUT

56

CHECK-INS

313

THINGS DONE

29

Tips

To-Do
List

POPULAR

RECENT



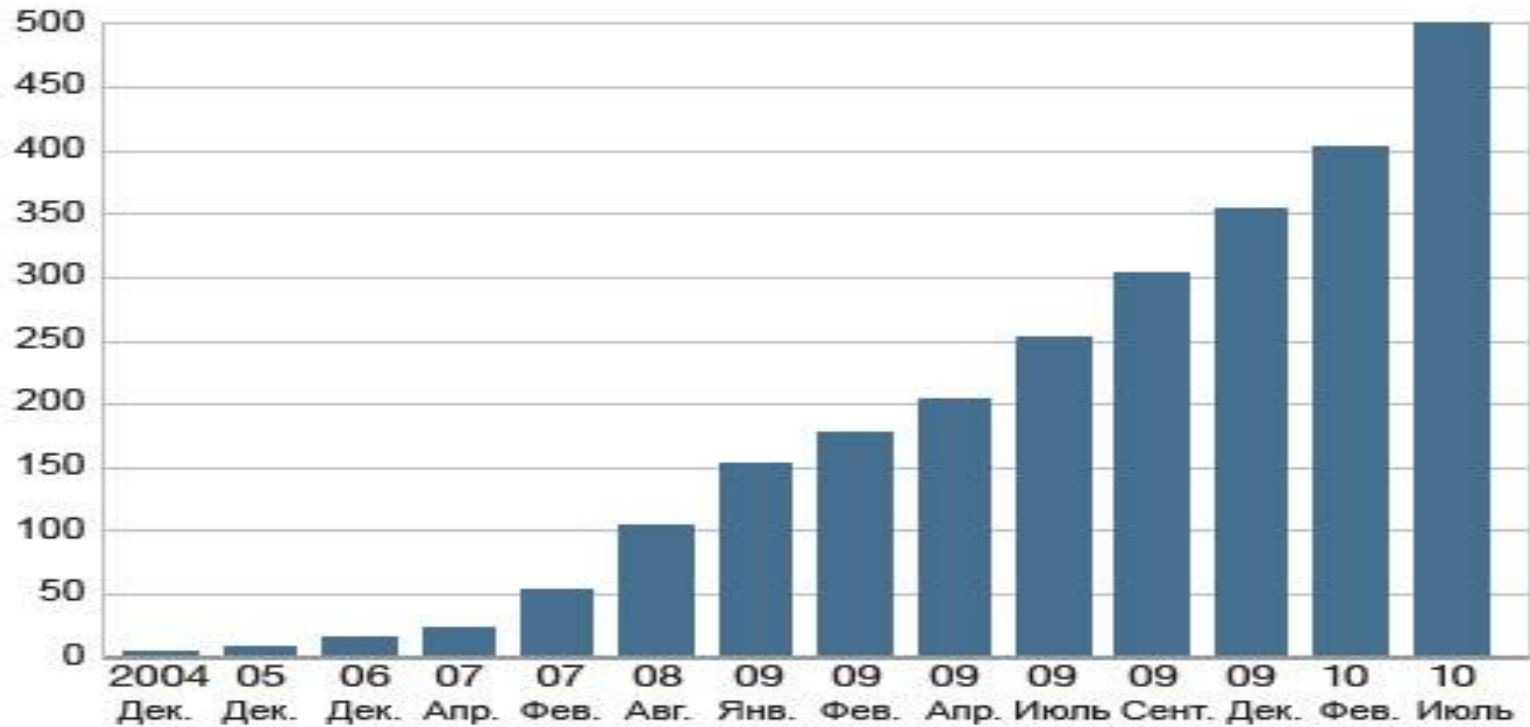
Slovakia Hotel Saratov

На первом этаже в холле есть бесплатный wi-fi. Логин и пароль спросить на стойке

✓ 1 | 2 weeks ago

Рост числа пользователей Facebook

Активные пользователи, млн

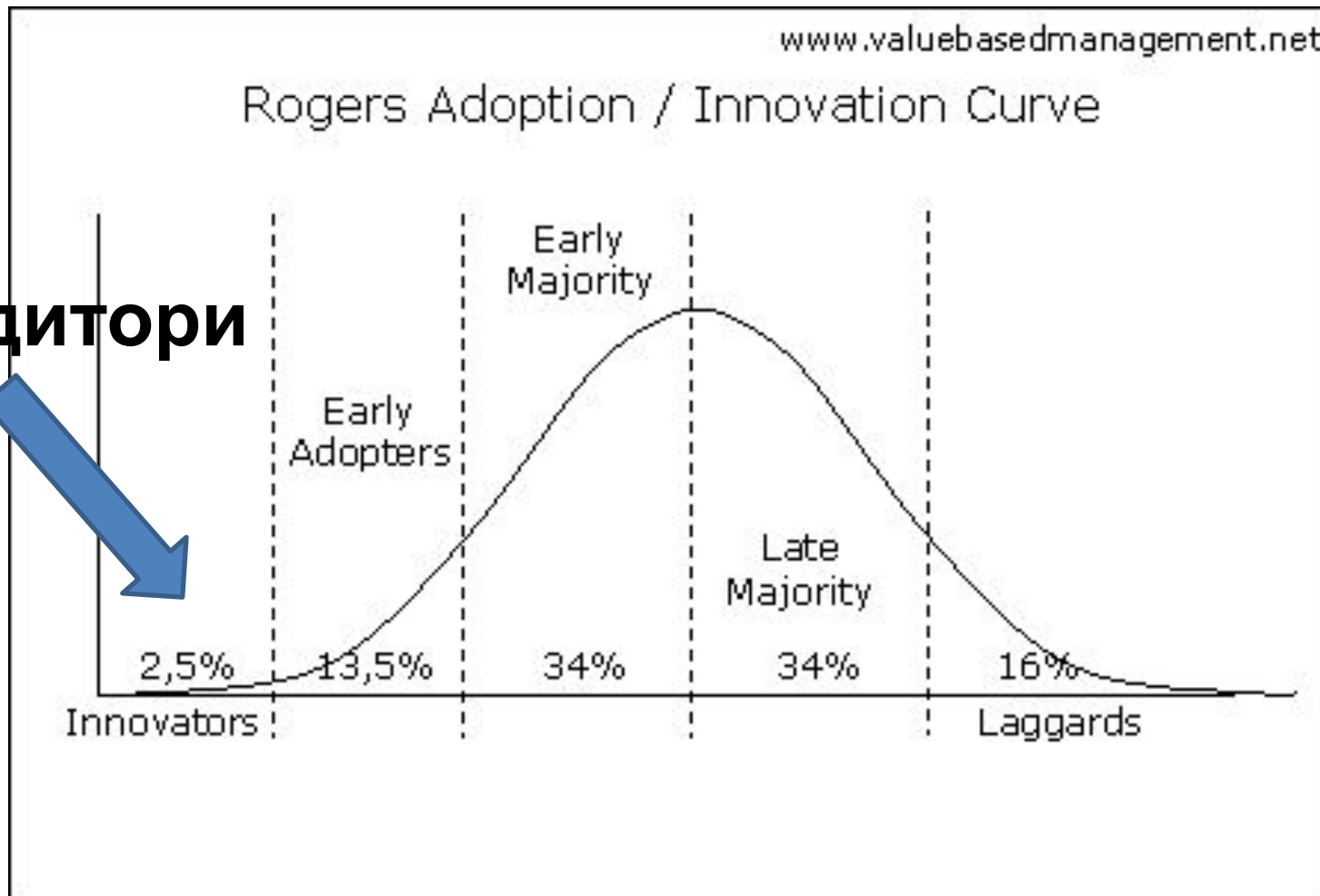
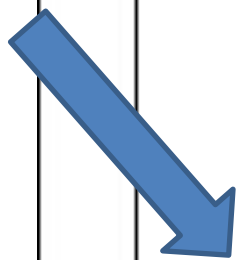


Источник: Facebook

Именно эти люди превратили Facebook, Twitter, Youtube, ВКонтакте в то, что они из себя сейчас представляют

Определяют дальнейшее развитие

**Аудитор
я**



Сфера применения

Маркетинг

Территорий («Добро пожаловать в Техас»)

Брендов (Starbucks)

Идей (помощь бездомным)

Личностей (Lady Gaga)

Ориентирование (Harvard University)

Отслеживание работы персонала

Знакомства

Решаемые задачи

Локальная осведомленность

Укрепление лояльности

Промо-мероприятия

Взаимодействие с пользователями

Расширенная аналитика

**Расширение традиционных
коммуникационных**

кампаний

Индивидуализированные предложения

Игровые коммуникации

Мы рассмотрим на примере

The logo for Foursquare, featuring the word "foursquare" in a stylized, rounded font. The letters are white with a thick blue outline. The "f" is lowercase and has a distinctive loop at the top. The "s" is also lowercase and has a thick, rounded body. The "q" is lowercase and has a thick, rounded body with a small tail. The "u" is lowercase and has a thick, rounded body. The "a" is lowercase and has a thick, rounded body. The "r" is lowercase and has a thick, rounded body. The "e" is lowercase and has a thick, rounded body. The overall style is playful and modern.

И хотя бы по этой причине



Andrey in город Москва, Россия | [Apps](#) | [Help](#) | [Settings](#) | [Log Out](#)

[Me](#) | [History](#) | [Badges](#) | [Stats](#) | [Friends](#)

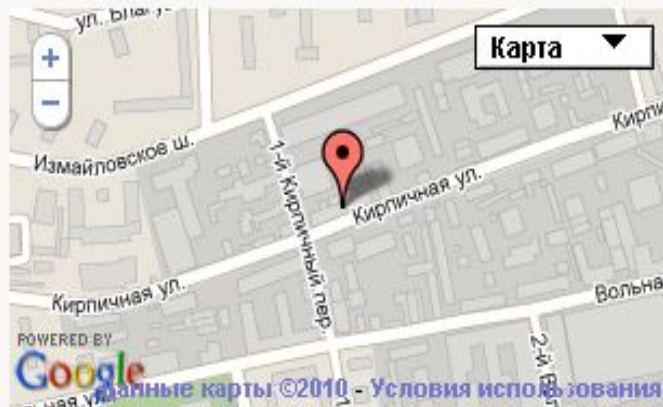
Search places, people and tips



ГУ ВШЭ

SUCCESSFULLY ADDED!

Кирпичная 33
Москва,



Мне нравится



Categories: High School

Tags: frat boys

edit

Do you manage this venue? [Claim here](#)

YOUR CHECK-INS

0

TOTAL PEOPLE

21

TOTAL CHECK-INS

70

Mayor

(LAST 60 DAYS)



Seda B.

23 checkins



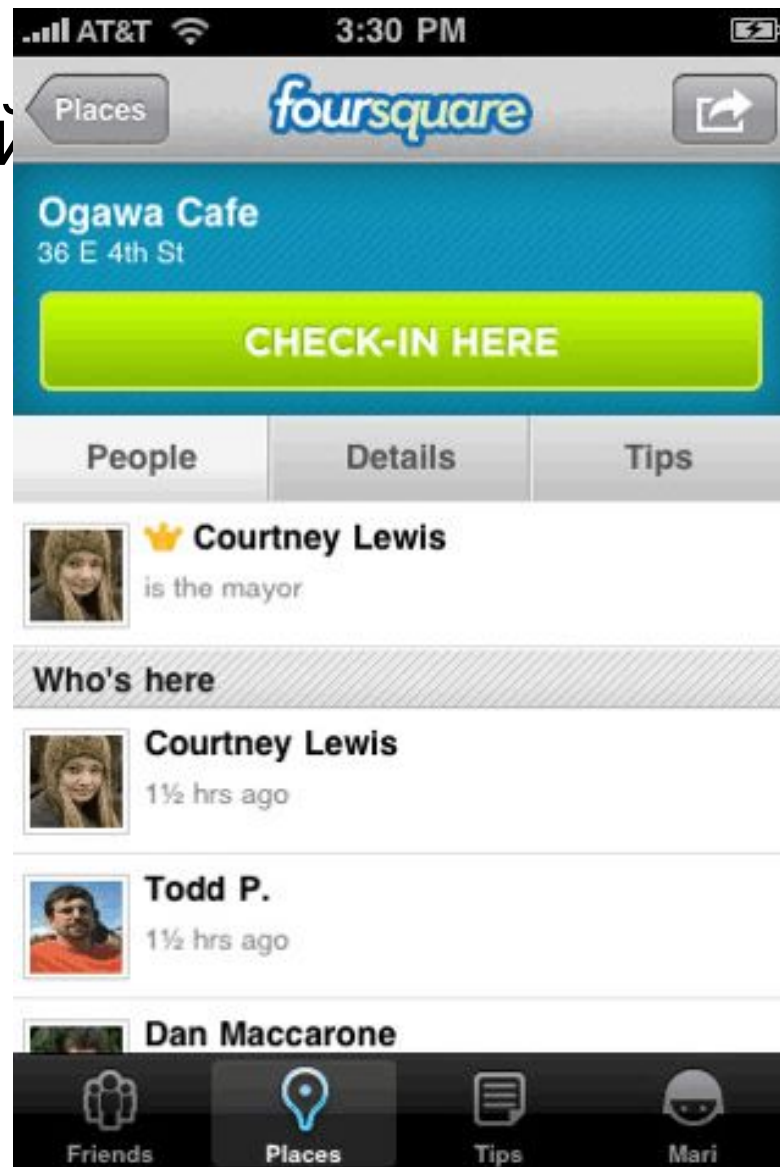
Локальная осведомленность

Местонахождение торговой точки

Где можно купить товар?

Что находится рядом со мной?

Было, но стало удобнее



Укрепление лояльности

Специальные предложения «Мэрам»

Установление связи с
потребителями

Поощрение советов

Личное обращение



Промо-мероприятия



Скидки:

-3а кратное посещение

-3а отметку

Специальные предложения

егустация и цифровой опыт

Купоны



Взаимодействие с

ПОДРАЗУМЕВАЮЩИМИ



Расширенная аналитика

Доступ к данным о пользователях

Геосоциальная сегментация

Паттерны поведения



STATS

View data from: Today Yesterday Last week Last 30 days Last 60 days Last 90 days All Time




Key metrics

Overview of activity

Total Checkins	224
Unique Visitors	103
Sent to Twitter	24%
Sent to Facebook	26%
Men Women	71% 26%

Top Visitors

Users who have checked in the most

 David F. 13 checkins	
 Clyde J. 11 checkins	@theonly_cj
 Dean M. 7 checkins	@deanmistale

Most Recent Checkins

Most recent visitors

 Ivana M. 5 checkins	@ivashash21	8/25 (8:38AM)
 Tash T. 1 checkin	@ivashash21	8/23 (2:30PM)
 David F. 13 checkins		8/22 (6:55PM)
 Little 1 checkin		8/22 (1:36AM)
 Sam C. 1 checkin	@samcalabrese	8/22 (12:10AM)
 Kirk H. 1 checkin		8/21 (11:58AM)
 Jordan S. 2 checkins	@run_amuk	8/20 (7:22PM)
 Court M. 3 checkins	@maccsh	8/20 (6:33PM)
 Bradley H. 1 checkin		8/20 (3:53PM)
 Alexander P. 1 checkin		8/18 (7:28PM)
 Yvette K. 2 checkins		8/18 (9:57AM)
 Jonathon M. 5 checkins	@jonnocio	8/15 (2:24PM)

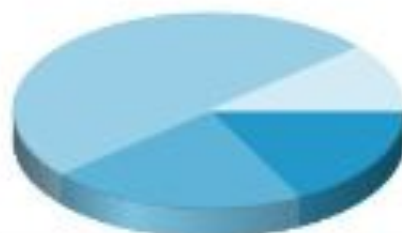
All Checkins

Detailed listing of all checkins



Time Breakdown

When visitors are checking in



- 17% Morning (6am-12pm)
- 21% Afternoon (12pm-5pm)
- 49% Evening (5pm-12pm)
- 11% Late Night (12am-6am)

Расширение традиционных кампаний

Составляющая часть стратегии в социальных

медиа

Связывание рекламного сообщения с конкретными местами



Индивидуализированные предложения

Предложения «Мэрам»
Ситуационная кастомизация
«Рядом»



Игровые коммуникации

Pepsi – отмечаться в местах для
бесплатного скачивания музыки

«Открой город вместе с Wall Street Journal»

foursquare

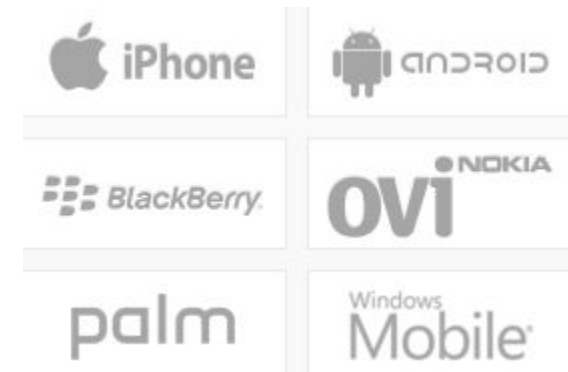


Большое количество приложений

Открытый для разработчиков API

Возможность создавать

брендируемые приложения



Лидера определить сложно

Побежденные



Будьте внимательными, чтобы не пропустить наступление будущего





Спасибо за внимание



Маркин Андрей

Twitter: @andreasme1988

www.andreasme.blogspot.com

www.slideshare.net/andreasme