



Красивые примеры из СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

10 примеров продающих
коммуникаций

Лояльность и слава

КЛУБ **BILINGUA**
Кривоколенный пер.
дом 10, стр. 5

11 июня 22:00

ведущий:
Павел Картаев
(Наше радио)

ведущий:
Константин Максимюк
(автор проекта)

5
лет

группе

Пиджаки

презентация
альбома:

Косынов Константин - пиано
Чистяков Алексей - вокал
Серогин Дмитрий - вокал, гитара
Алексей Дубилов - ударные
Прокимов Павел - бас

**“Там
где мы
с тобою
вместе”**

На сцене несколько
десятков друзей группы,
старые и новые песни.

Такого вы еще не видели!

Кто? Ретро-группа «Пиджаки»

Как? Личный блог автора (mosmellowman) с 2005 г., коммюнити группы vkontakte и odnoklassniki с 2007-го, вирусное видео с 2009-го, facebook – с 2010 г. Общение вокруг творчества, приглашения на концерты, и тп.

И что? Бесплатная помощь – гитары на запись (dr_nick и др), фото (logra), запись-советы (фокус-группа в жж), корпоративы (baobabka, skripnikov и др), звезды (PR Ромарио)... и конечно, посещение концертов!

До 25% денег (несколько сотен тысяч рублей) и до 75% славы (десятки тысяч просмотров и



Правильное коммюнити

Кто? Дружественное сообщество www.cheaptrip Дружественное сообщество www.cheaptrip. Дружественное сообщество www.cheaptrip.livejournal Дружественное сообщество www.cheaptrip.livejournal. Дружественное сообщество www.cheaptrip.livejournal.com (принадлежит одноименному турагентству). **Создано в конце 2004 года (!!!)**

Как? Коммюнити-маркетинг. Вокруг ценности (дешевых путешествий) – жж, facebook, vkontakte и тп.

И что? Рост бизнеса в несколько сотен раз за несколько последних лет, до миллиардных (вместо миллионных) оборотов (в рублях), развитие люксовых направлений, и многое другое. Никакого продвижения вне социальных медиа агентств не ведет – даже сайт представляет собой трансляцию контента из livejournal.



Посев лошадей со стразами



Кто? Клиент - интернет-магазин crystalart.ru.
Как продать картину «Лошадка из страз»?

Как? Посеять ее в тематическое коммюнити про лошадок -
<http://blogs.mail.ru/community/horses/339388ED5066468.html>

И что? Продано!



Ближе к людям!



Кто? Клиент - магазин
«Зеленый перекресток»
(X5 Retail Group)

Как? Mirtesen.ru, создание
персонажа «Зеленый
Перекресток»,
коммуникация с теми, кто
живет и работает рядом

И что? Геотаргетинг жил.
Жив.
И будет жить!



Лопаем пузырьки

Кто? Мы и группа товарищей – идея, умные люди - воплощение

Как? Мониторинг социальных сетей, нахождение «Группы любителей лопать пузырьки» vkontakte (более полумиллиона участников)

И что? Создание бизнеса (компания «Чпокер»), продающей упаковку с пузырьками.



Чукча-писатель

Константин
Максимюк

Компьютер на 100%

Умные книги для умных людей!

НОВЫЙ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ БИЗНЕСА

Блоги • Социальные сети • Форумы
Видеохостинги



Кто? К. Максимюк, вроде как писатель

Как? Blogger relations: 2.5% тиража – на промоушн (книга за отзыв)

И что? Несколько десятков отзывов. Продано полтиража за первый месяц.

Традиционные СМИ в первый месяц не дали почти ничего. Немного дали личные продажи (конференции)

Остальное – отзывы.



...а также

- **Приложения** – полезные, а не игровые (увы, опять Cheaptrip)
- **Правильные агенты влияния** – скрытый маркетинг in-house от Samsung
- **Новый интернет** – непроданные проекты – создание продукта в социальных медиа



Почему таких проектов мало

- **Комплексные проекты никому не продать – ТОПы далеко, менеджерам не надо**
- **Агентство продают, что им выгодно и что умеют, а не то что нужно клиенту**
- **Клиенты НИКОГДА не мыслят будущим – обычно горизонт планирования, в лучшем случае, год**



И напоследок о приятном

- Кто первый встал – тому и слава!
- Цена входа в такие проекты сильно ниже, а рисков или нет, или они сравнительно малы
- Аудитория соцсетей перекормлена плохими проектами – и обречена любить хорошие





Вопросы?

www.newinet.ru