



# 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

**Pidzjaki**

презентация  
альбома:

**“Там  
где мы  
с тобою  
вместе”**

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

**Такого вы еще не видели!**

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

**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**

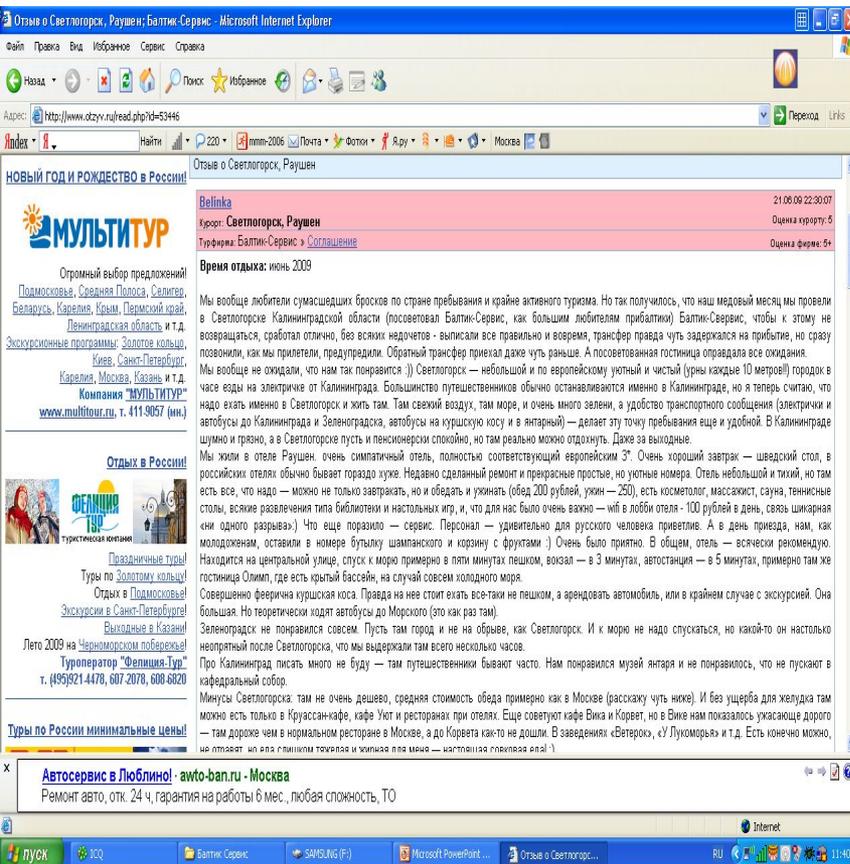


# Хорошие ОТЗЫВЫ

**Кто?** Клиент - отель  
«Раушен»  
(Светлогорск) и  
«Балтик-Сервис»

**Как?** Выкладывание  
отзывов на отель -  
<http://www.otzyv.ru/read.php?id=53446>

**И что?** Более 1 500  
отзывов, и цитата:  
«Благодаря вашему  
отзыву, съездили в  
отель «Раушен»,  
очень понравилось,  
спасибо!»



# Правильное коммюнити

**Кто?** Дружественное сообщество [www.cheaptrip](http://www.cheaptrip) Дружественное сообщество [www.cheaptrip](http://www.cheaptrip). Дружественное сообщество [www.cheaptrip.livejournal](http://www.cheaptrip.livejournal) Дружественное сообщество [www.cheaptrip.livejournal](http://www.cheaptrip.livejournal). Дружественное сообщество [www.cheaptrip.livejournal.com](http://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](http://www.newinet.ru)