

Агентство «Скрытый маркетинг»

презентация услуг



Агентство «Скрытый маркетинг»
+ 375 (29) 655 53 56, is@him.by
г. Минск, Чкалова 4, 39
www.him.by

Чем мы можем быть полезны?

- помогаем компаниям взаимодействовать с социальными медиа;
- занимаемся скрытым маркетингом
- распространяем вирусный контент;
- создаем бренд-группы;
- публикуем информацию в социальных медиа;
- производим мониторинг и исследования.



Разработка и реализация
имиджевых рекламных кампаний



Разработка и продакшн креативных
вирусных рекламных проектов



Полуавтоматический сервис по
работе с агентами влияния на
площадках общения



Полуавтоматический сервис по
взаимодействию с блоггерами

Возможности социальных медиа* :

- продвижение товаров и услуг за счет использования дополнительных инструментов;
- повышение лояльности и удовлетворенности потребителей путем создания обсуждений и сбора мнений о продуктах;
- выстраивание диалога между компанией и потребителями;
- стимулирование устного маркетинга;
- анонсирование и поддержка любых маркетинговых активностей компании;
- создание имиджа «идущей в ногу со временем» компании;
- повышение эффективности официального сайта, путем размещения дополнительных внешних ссылок;
- организация внутреннего PR в компании.

* - социальные медиа — места присутствия социально активной аудитории в сети интернет (социальные сети, форумы, блоги, микроблоги, социальные СМИ и т.д.).

Социальные медиа

Наш опыт показывает, что работа с социальными медиа становится неотъемлемым инструментом маркетинга многих компаний на рынке РБ.

Это обусловлено тем, что бизнес, идущий в ногу со временем, должен постоянно контактировать с потребителем, а в жизни современных потребителей значение социальных медиа увеличивается с каждым годом.

Продвижение продукта и, соответственно, повышение продаж, достигается за счет присутствия бренда в социальных медиа.

Основу продвижения составляют обсуждение продукции и создание информационного поля вокруг компании.

Digital
Vkontakte twitter
Facebook
SMM SMO
Livejournal
Social media

Создание информационного поля



Создание информационного поля

Работа с facebook.com:

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

- дизайн страницы
- систематическое написание контента для страницы
- поиск поклонников
- контекстная реклама страницы
- работа с поклонниками страницы



Работа с vkontakte.ru:

The VKontakte logo, featuring a white letter 'В' inside a blue square, followed by the word "КОНТАКТЕ" in white uppercase letters on a dark blue rectangular background.

- дизайн группы
- систематическое написание контента для группы
- приглашение друзей
- контекстная реклама группы
- работа с участниками группы



Работа с twitter.com:



- дизайн страницы

Участие

Это направление работы дает возможность органично вписаться в привычную для целевой аудитории среду общения в сети интернет.

Для получения информации пользователю нет необходимости покидать удобную ему систему координат.

Получение информации пользователем не привязано к графикам ее размещения, таким образом посыл с большой долей вероятности будет воспринят.

Форма подачи информации не ассоциируется с рекламой.

Пользователь настроен на получение информации.



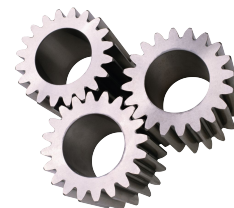
АКТИВНОСТЬ

Активность – это непосредственные действия направленные на создание информационного поля.

Исходя из нашего опыта, помимо наполнения бренд-сообществ информацией о товарах или услугах, важно расширять тематику публикуемых материалов и придерживаться долгосрочного плана публикаций.

Применение такого подхода позволит пользователям расценивать страницу не только как рекламу конкретного бренда, но и как источник полезной информации, что само по себе вызовет доверие, сделает страницу более привлекательной и будет способствовать достижению поставленных задач.

Завоевание доверия пользователя - это не только первичное вовлечение, но и поддержание контакта с ним в долгосрочной перспективе.



Кейс

В сообществе, которое было создано для продвижения косметического продукта размещалась информация не только о нем и его применении, но публикации посвященные:

- *советам по нанесению макияжа;*
- *уходу за кожей лица;*
- *историческим фактам о косметических средствах;*
- *народным косметическим средствам;*
- *и т.п.*

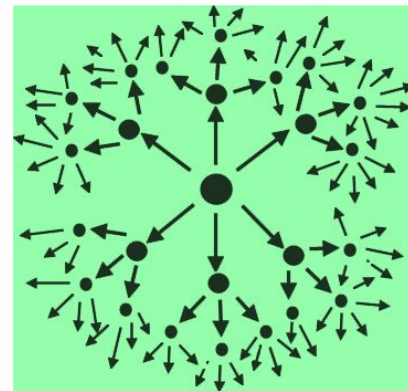
Активность. Вирусный маркетинг

Вирусный маркетинг – это создание и первичное распространение (посев) брендированного контента (видео, flash-игра, картинки).

Маркетинговое сообщение создается таким образом, что после посева, оно распространяется посредством обмена ссылками между друзьями, коллегами, знакомыми, составляющими целевую аудиторию, которая становится ретранслятором сообщения.

Точное вбрасывание интересного контента целевой аудитории гарантирует быстрое распространение информации сначала среди этой аудитории, а потом и за её пределами. Любой вирусный контент требует посева. Отличается только первоначальное число контактов.

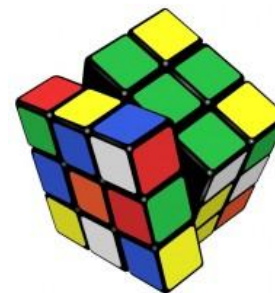
Наши ресурсы позволяют обеспечить качественное первоначальное распространение вирусного контента.



Активность. Интерактив

Информационное наполнение бренд-сообщества является необходимым, но не достаточным условием успешного продвижения. Важна также интерактивная составляющая, вариантами которой могут быть:

- конкурсы;
- акции;
- поддержка оффлайн мероприятий бренда;
- игры;
- запуск приложений.



Активность. Приложения

Приложения - специальные программы, интегрированные в социальную сеть.

Они позволяют значительно расширить возможности взаимодействия с вовлеченной и потенциальной аудиторией.

Могут носить как прикладной, так и развлекательный характер, в зависимости от специфики продвигаемой продукции или услуги, а также поставленных целей.

Брендовые приложения – это полноценное средство привлечения внимания потребителей, которое также способствует повышению узнаваемости бренда и лояльности к нему.

Позволяют добиться установления долгосрочных связей между брендом и потребителями.

Приложения – эффективный инструмент вирусного маркетинга, так как новые пользователи узнают о приложении не из «официальных» каналов, а посредством лент новостей и обновлений в профилях представителей уже вовлеченной аудитории.

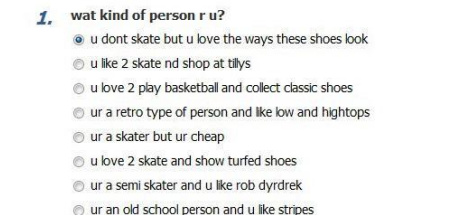
The image displays two screenshots of Facebook posts. The top screenshot is a contest announcement for Heineken, titled "LABIRINTUL HEINEKEN". It features the Heineken logo and the text "open your world". The main headline is "INTRA IN LABIRINTUL HEINEKEN" in large green letters. Below it, it says "CASTIGI LA SIGUR 50x24 DOZE DE 0.5L HEINEKEN PREMIUM". There are images of Heineken beer bottles and a maze graphic. The bottom screenshot is a post from "Ford Auto Plaza" celebrating winners. The headline is "Gratulumy zwyciezcom!". It shows six categories of prizes, each with a star rating and a name: "I NAGRODA" (1232 stars) with "Ford Probe noca Barbara M.", "II NAGRODA" (1026 stars) with "Ford Mondeo Maria O.", "III NAGRODA" (498 stars) with "Ford Escort by SRVR Seweryn H.", and three other categories with 912, 416, and 393 stars respectively. A small disclaimer at the bottom of the Ford post reads: "Ta promocja nie jest sponsorowana, administrowana ani zorganizowana przez Facebook. Dotyczy ona jedynie przekazywania prywatnej informacji organizatorowi: AUTO PLAZA. Szczegolne warunki".

Активность. Приложения

Приложениями для работы с белорусскими пользователями могут быть:

- **викторины и анкеты (quizzes apps).** Приложение предлагает ответить на ряд вопросов, после чего, например, подбирает наиболее подходящие для данного пользователя бренд, продукт или услугу. Несмотря на простоту идеи, такие приложения неизменно пользуются популярностью в краткосрочном периоде и подходят для старта кампании по продвижению в социальных сетях.
- **игры.** Брендированные игры, в первую очередь, развлекают пользователя, в то же время ненавязчиво привлекая его внимание к представляемому бренду. Учитывая, что доступ к ним, как правило, бесплатный, брендированные игры являются эффективным инструментом по привлечению пользователей в среднесрочном и иногда (если идея игры привлекательна) в долгосрочном периоде.
- **приложения-помощники.** Под данным видом приложений подразумеваются различные брендированные конвертеры, калькуляторы, счетчики, переводчики и т.п. программы, которые могут быть полезны пользователям и к которым они будут прибегать время от времени при необходимости. Данные приложения рассчитаны на использование их в долгосрочном периоде.

Это лишь примеры возможных вариантов. В процессе работы над конкретными проектами могут быть применены различные подходы к созданию приложений.



Наблюдение

Наблюдение – администрирование групп и страниц, модерация комментариев пользователей, обработка обратной связи и мониторинг активности конкурентов.



Эти действия помогают выработать и впоследствии скорректировать стратегию работы с социальными медиа, чтобы представить бренд с интересной для пользователей стороны и дистанцироваться от конкурентов.

Отчеты по социальным сетям

Отчеты о работе в социальных сетях содержат статистические данные о посещениях страницы или группы, полученные с помощью функционала социальных сетей и количественные данные о проделанной работе.

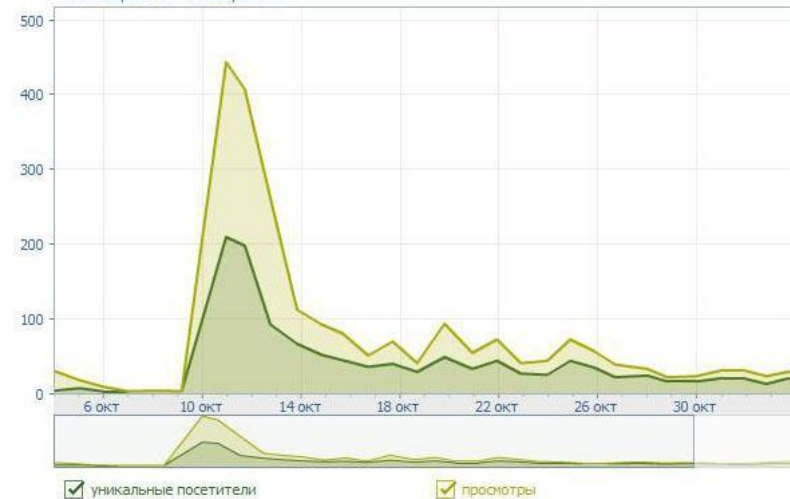
Отчет содержит информацию о:

- количестве публикаций;
- числе комментариев;
- характере комментариев;
- числе участников сообщества;
- посещаемости сообщества.

Уникальные посетители и просмотры

Среднее суточное количество уникальных посетителей за последние 30 дней: 39

4 Октября 2010 - 3 Ноября 2010



All People Who Like

All Likes Over Time Узнать больше

Выберите граф: Пользы Половочки / Откасывы Половочки



94 людям это понравилось по 06 Ноябрь

Мужской		Женский	
77%		23%	
13-17	2%	0%	2%
18-24	28%	9%	37%
25-34	36%	15%	51%
35-44	7%	0%	7%
45-54	2%	0%	2%
55+	1%	0%	1%

Top Countries	Популярные Города	Наиболее любимые языки
Беларусь 90	Minsk 71	Русский 75
Украина 2	UNKNOWN 16	Английский (США) 11
Бразил 1		Белорусский 6
Литва 1		Английский 1
		Польский 1

▲ Меньше

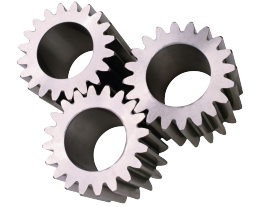
Полный отчет за день будет готов через 48 часов.

Работа с форумами

Исходя из особенностей развития белорусского сегмента интернет, а также сформировавшихся предпочтений национальной аудитории, важной составляющей использования социальных медиа по-прежнему является работа с интернет-форумами.

Наш опыт показывает, что среди белорусских пользователей популярны как тематические форумы (авто, здоровье, технологии и т.д.), так и площадки не имеющие привязки к конкретным темам («общие форумы»).

Таким образом, использование форумов в работе позволяет наладить важный канал коммуникации с конечными потребителями.



Работа на форумах

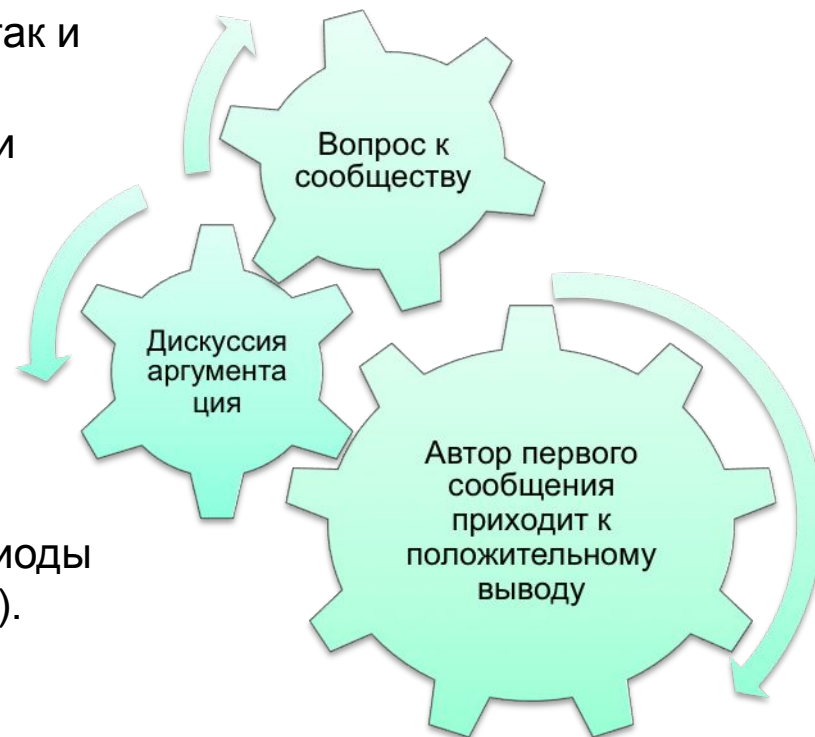
позволяет:

- *выйти на заинтересованную аудиторию;*
- *разместить ссылку на ресурсы о продвигаемом товаре или услуге;*
- *ответить на возможные вопросы пользователей;*
- *возразить на уже существующие негативные отзывы о товаре или услуге.*

Механизм работы

Рабочая группа из наиболее опытных исполнителей подключается к работе по проекту. Это позволяет:

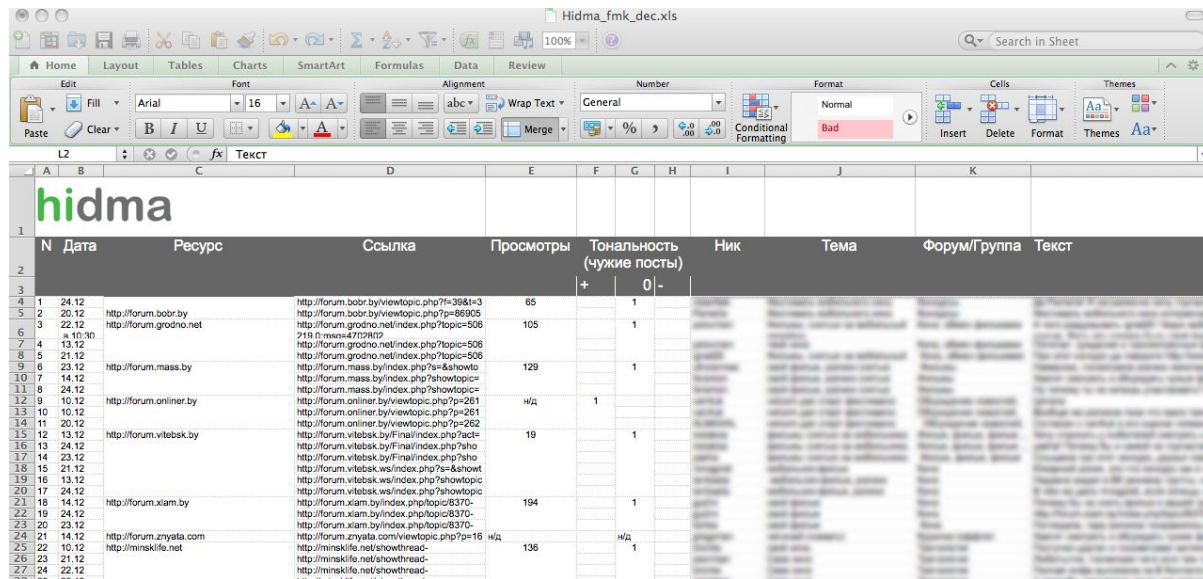
- задействовать как существующих участников форума, так и специально созданные под кампанию аккаунты;
- использовать разные типы персонажей в зависимости от площадки;
- вести согласованные командные действия при продвижении;
- создавать сценарные дискуссии (от простого типа «вопрос-ответ» до сложных многоступенчатых развитий сюжета);
- активизировать работу по проекту в определенные периоды (например, наибольшая активность перед праздниками).



Отчеты по форумам

Отчет содержит в себе следующую информацию:

- дата публикации
- название сайта
- ссылка для перехода к обсуждению
- информацию о количестве просмотров обсуждения
- характер обсуждения (позитивный, нейтральный или негативный)
- имя исполнителя на форуме
- название раздела, где идет обсуждение
- название темы обсуждения
- текст сообщения



The screenshot shows an Excel spreadsheet titled 'hidma_fm_k_dec.xls'. The spreadsheet contains a table with the following columns: N, Дата, Ресурс, Ссылка, Просмотры, Тональность (чужие посты), Ник, Тема, Форум/Группа, and Текст. The data is organized into rows, with the first row (row 1) containing the header information for the 'hidma' report. The table includes columns for date, resource, link, views, sentiment (with '+' and '-' indicators), user name, topic, forum/group, and text content.

N	Дата	Ресурс	Ссылка	Просмотры	Тональность (чужие посты)	Ник	Тема	Форум/Группа	Текст
1	24.12	http://forum.bobr.by	http://forum.bobr.by/viewtopic.php?t=39&t=3	85	0				
2	20.12	http://forum.grodno.net	http://forum.grodno.net/index.php?topic=506	105	1				
3	22.12	http://forum.grodno.net	http://forum.grodno.net/index.php?topic=506						
4	13.12	http://forum.mass.by	http://forum.mass.by/index.php?showtopic=	129	1				
5	21.12	http://forum.mass.by	http://forum.mass.by/index.php?showtopic=						
6	23.12	http://forum.onliner.by	http://forum.onliner.by/viewtopic.php?p=261	нд	1				
7	14.12	http://forum.onliner.by	http://forum.onliner.by/viewtopic.php?p=262						
8	24.12	http://forum.vitebsk.by	http://forum.vitebsk.by/finai/index.php?act=	19	1				
9	10.12	http://forum.vitebsk.by	http://forum.vitebsk.ws/index.php?showtopic=						
10	20.12	http://forum.vitebsk.ws	http://forum.vitebsk.ws/index.php?showtopic=	194	1				
11	13.12	http://forum.xiam.by	http://forum.xiam.by/index.php?topic=8370-						
12	24.12	http://forum.xiam.by	http://forum.xiam.by/index.php?topic=8370-						
13	20.12	http://forum.znyala.com	http://forum.znyala.com/viewtopic.php?p=16	нд	нд				
14	22.12	http://forum.znyala.com	http://forum.znyala.com/viewtopic.php?p=16	нд	нд				
15	21.12	http://forum.znyala.com	http://forum.znyala.com/viewtopic.php?p=16	нд	нд				
16	22.12	http://forum.znyala.com	http://forum.znyala.com/viewtopic.php?p=16	нд	нд				

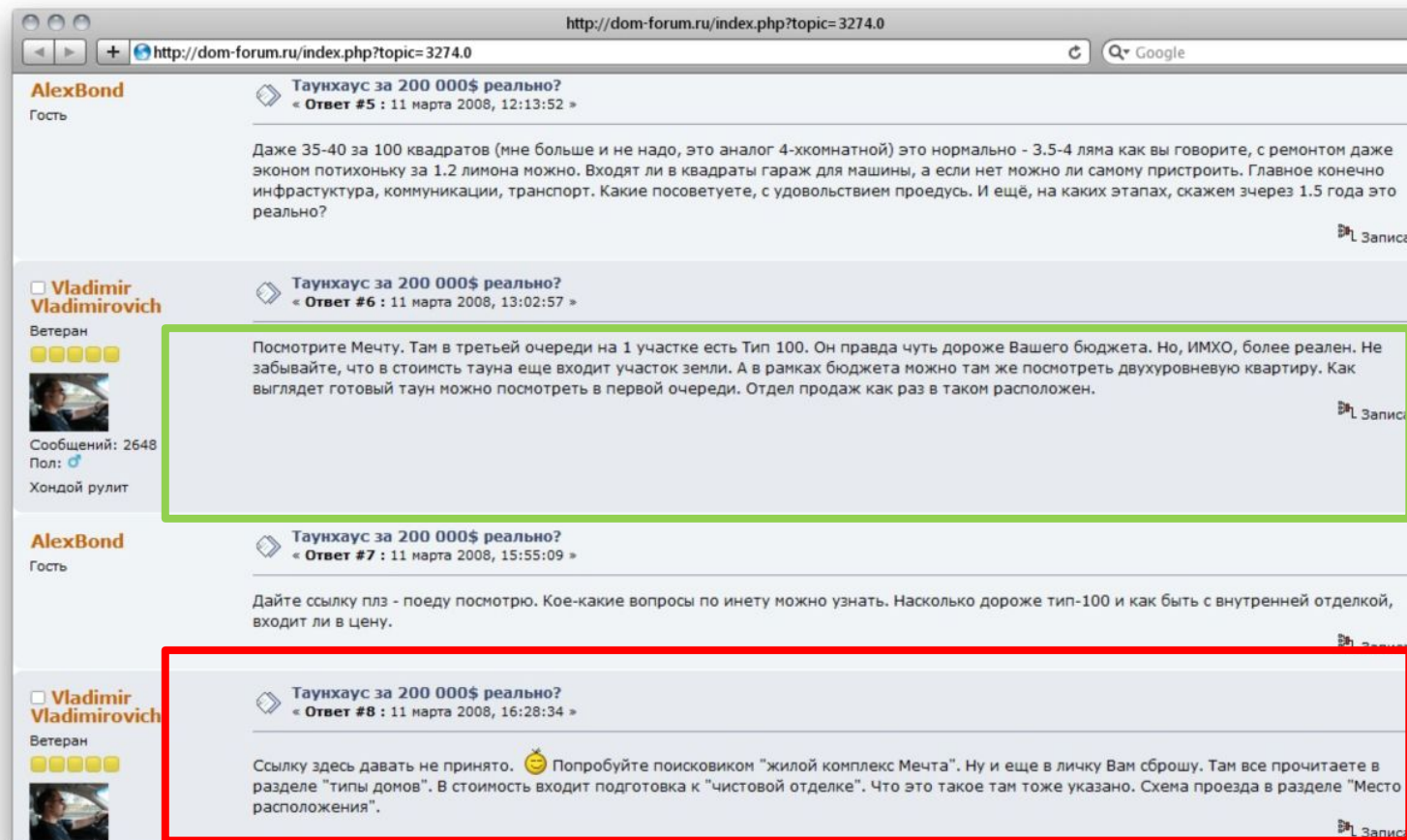
Пример размещения на форуме

Скриншот, показывает работу агентов влияния на форуме.

Представлена реально существующая ветка комментариев – именно так работают наши агенты.

Подводящее сообщение

Целевое сообщение



Пример бренд-сообщества

Пример сообщества Yota в социальной сети Facebook.



The image shows a screenshot of the Yota Facebook page. The browser address bar displays <http://www.facebook.com/yota4g>. The Facebook logo and navigation links (Главная, Профиль, Поиск друзей, Аккаунт) are visible at the top. The page header includes the Yota logo, the name "Yota", and a "Мне нравится" button. Below the header are navigation tabs: Стена, Информация, Форум, News, Фотографии, Видео. The main content area shows a feed of posts:

- Alexandr Blohin** (verified) posted on April 12: "Специально для клиентов Банк ВТБ 24 (ЗАО) компания-партнер ООО "Скартел" (Yota) предоставляет возможность доступа на сайт системы "Телебанк" (www.telebank.ru) даже при нулевом балансе счета Yota.Абонент, при отсутствии денег на лицевом счете Yota, имеет возможность доступа к системе "Телебанк" для проведения оплаты через "УПИ 2403 - ООО "Скартел" (Yota)." (13:56)
- Artem Oskin** posted on March 23: "днём как-то скачками работает. то загружает, то нет. под вечер получше. так что оставляю закачку сериалов и фильмов на ночь => в больничке лежу, заняться нечем. в любом случае альтернативы нет. операторы предлагают 5 гб, потом скорость режут. и это типа безлимит? Питер, улица Боткинская" (22:14)
- Серёжа Лапшин** posted on March 18: "Yota прикрыла Yар-уар!" (15:27)
- Андрей Волков** posted on February 15: "Yota любит тебя www.youtube.com Приди и построй самое большое сердце... с Yota Вырази свою любовь, Покажи, что ты можешь Стадион "Петровский" СПб 28 февраля" (8:12)

On the right side, there are several sponsored posts:

- "Study an MBA in Edinburgh" by the University of Edinburgh Business School.
- "D&G - купи онлайн!" featuring D&G clothing.
- "Бесплатный ONLINE семинар" with a laptop icon.

At the bottom left, there is a sidebar with contact information:

- Предложить друзьям
- <http://facebook.com/Yota4G>
- Контактный центр: 8 800 700-55-00.
- Почта: support@yotateam.ru.
- Информация
- Дата создания: 2007

Вирусный посев

Пример вирусного видео
«Русские в первый день продаж iPad».

The image shows a screenshot of a YouTube video player. The browser address bar displays the URL: <http://www.youtube.com/watch?v=yhblfJxNrp0>. The video title is "Русские в первый день продаж iPad" (Russians on the first day of iPad sales). The video is uploaded by "GreyUK68" and has 2 videos in the series. The video player shows a scene from a crowded event, likely the launch of the iPad in Russia, with people in the background and a man in the foreground. The video has 477,553 views. Below the video player, there are social media sharing options (Facebook, Twitter, etc.), a "Like" button, and a comment box. On the right side of the page, there is a list of recommended videos, including "THE MAGICAL IPAD (Parody)", "почему мы орали 'Гавно ваш iPad' (часть1)", "обзор iPad и как мы их покупали (часть2)", "Creepy Russian Singer answer to Ipad - LOL remix !", "Гавно ваш iPad", "RUSSIAN KALASHNIKOV GIRL KILLS IPOD", "RocketBoom - Обзор iPad - русские субтитры", "iPad гавно! Гавно Ваш iPad! X-ня! (Мы покупаем ...)", and "HP IPAQ 316 review rus".

Ориентировочные цены

Работа	Количество	Цена (без НДС), usd
Создание концепции	до 3-ех вариантов	210
Facebook		
создание страницы	1 страница	50
написание публикаций	1 шт	6
контекстная реклама**		
администрирование/модерация	1 мес	150
Vkontakte		
создание группы	1 группа	50
дизайн страницы	3 варианта	180
написание публикаций	1 шт*	2
контекстная реклама**		
администрирование/модерация	1 мес	150
Twitter		
создание аккаунта	1 шт	20
дизайн	3 варианта	150
публикации	1 шт*	2
администрирование/модерация	1 мес	100
Форумы		
написание сообщений	1 сообщение	4



Агентство «Скрытый маркетинг»
+ 375 (29) 655 53 56, is@him.by
г. Минск, Чкалова 4, 39
www.him.by

