

# Украинская практика продвижения в Social Media: Comfy Case

Докладчик: Роман Славка

Украинский форум интернет-деятелей  
Киев, 1 апреля 2011 г.

# Основные тезисы

- Что дают социальные сети бренду сегодня.
- Реальное распределение аудитории социальных сетей в UA сегменте, удобство различных площадок.
- Сервисы и контент востребованные украинскими пользователями социальных сетей.
- Различные методы увеличения аудитории, оценка эффективности с точки зрения последующего отклика.

# О Comfy

- Comfy - крупнейшая в Украине инновационная сеть магазинов бытовой техники и электроники.
- Ассортимент товаров - более 10 000 наименований.
- 74 магазинов в 36 городах Украины.

# Comfy in Social Media

- V Kontakte **> 10000**
- Facebook **> 6000**
- Twitter **> 1000**

# Что дают социальные сети бренду сегодня

- позиционирование современности;
- продвижение сравнительно не дорогими методами;
- аудиторию, которая уже покупает и будет покупать еще больше;

# Что дают социальные сети бренду сегодня

- повышения лояльности аудитории;
- значительно большее количество обращений к контакту с уникальными предложениями;
- возможность диалога;\* (помочь, посоветовать, исправить мнение, измерить ценность предложения...)
- call центр 2.0: разгрузка телефонной части call центр, + время для ответа с social media на данном этапе больше чем при “удержании на линии”

# Реальное распределение аудитории социальных сетей в UA сегменте на примере Comfy

На 19.09.2010

Vkontakte = 1331

Facebook = 726 / **1,8333**

Twitter = 589

На 19.03.2011

Vkontakte = 10196

Facebook = 6295 / **1,6196**

Twitter = 1,124



# Активность и характеристики аудитории в UA сегменте на примере Comfy

## Vkontakte

Аудитория самая многочисленная и активная, за последние пол года нет заметного спада численности аудитории и её активности. Аудитория vk младше, лучше всего готова к диалогу, более нетерпелива и требовательна к скорости ответа, менее культурна.

## Facebook

Активность растет. Украинская аудитория не привыкла лайкать! Более терпелива и культурна. Меньше готова к диалогу, инициированному брендом.

## Twitter

"на твиттере нет фотографий, на твиттере надо выбирать за кем следить!" @коллега слева  
Выбор web ориентированной аудитории.



Facebook\*

Vkontakte\*\*

Twitter\*\*\*



# Удобство площадки с точки зрения бренда

\*пока пришел к нам стало всё ясно,  
человек – аккаунт, бренд – страница.

\*\* всё постоянно меняется, дорабатывается, на сегодня закрыт свободный доступ, что завтра?

\*\*\* в UA сегменте мало используемый  
среднестатистической аудиторией, 140 символов не  
всегда хватает для качественного support,  
подразумевает высокую скорость реакции

**SUPPORT** (ответы на вопросы цена/наличие, объяснение условий акций, обработка жалоб и предложений, инициализируются пользователем)

**INFORM** (информирования о акциях и скидках, новостях компании, открытия новых магазинов)

**DIALOG** (диалог инициированный брендом, опросы об использовании платформ, услуг...)

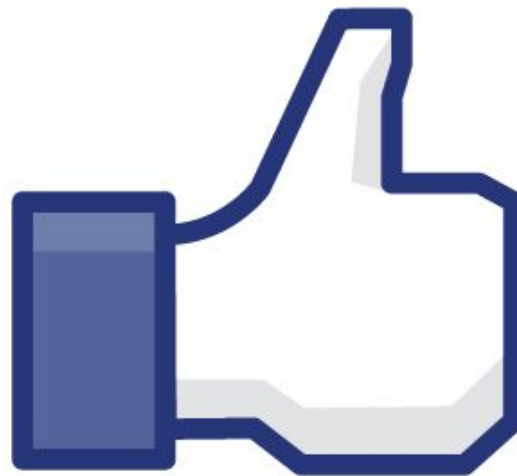


**FUN CONTENT** (вирусные ролики, забавные  
обзоры, несерьезные опросы... )

**USEFUL CONTENT/**

**REVIEW / AD** (обзоры новинок и интересных  
технологий, новых продуктов)

Нас до  
сих пор  
меряют



1

**Только определенная  
часть аудитории активна,  
только часть активной  
аудитории способна  
покупать!**

## Различные методы увеличения аудитории, оценка эффективности с точки зрения последующего отклика

- прокачка/приглашения в группу
- привлечение за счет простых игровых механик с призами
- интеграция соц. медиа в игровые механики на интерактивных промо сайтах
- самостоятельное добавление в участники

## Различные методы увеличения аудитории, оценка эффективности с точки зрения последующего отклика

- прокачка/приглашения в группу :((
- привлечение за счет простых игровых механик с призами :) )
- интеграция соц. медиа в игровые механики на интерактивных промо сайтах :|
- самостоятельное добавление в участники :)))



## Привлечение за счет простых игровых механик с призами

Механики с простыми правилами и призами лучше всего работают для повышения количества аудитории в социальных сетях.

Основной акцент здесь именно на простоте правил.

Чем сложнее правила тем меньше вероятность,  
что человек будет участвовать в активности.

# Механика & результаты конкурса к 8 марта

Всем участницам официальных групп Comfy в социальных сетях Вконтакте и Facebook предлагается добавить фотографии, на которых будут изображены они сами (участницы группы, добавившие фото) с цветами.

Цветы обязательно должны быть живыми растениями, никакие обои, футболки с цветами не принимаются!

# Результаты конкурса к 8 марта

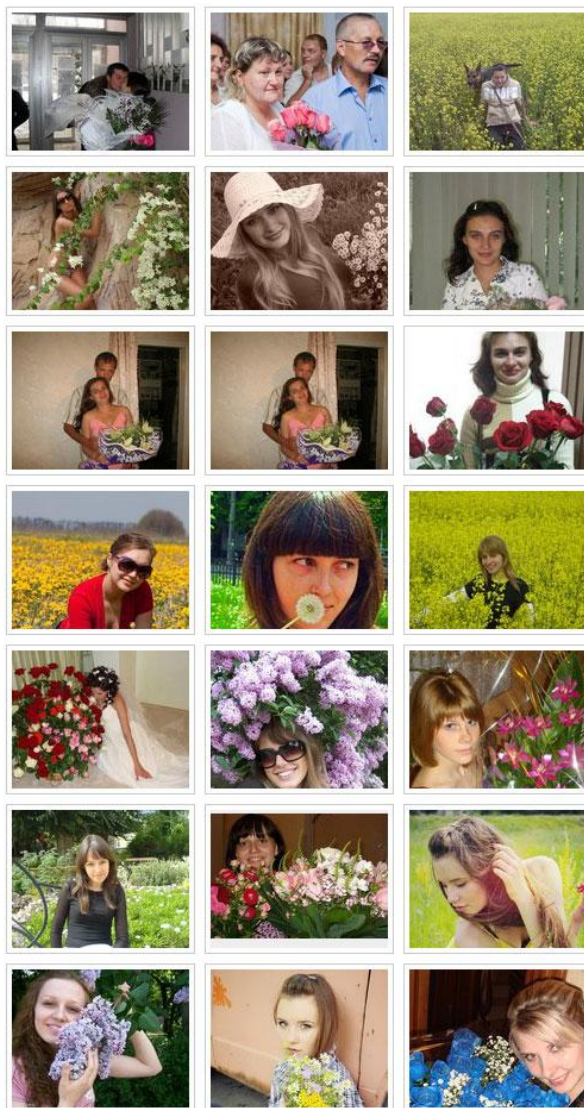
## Результаты Вконтакте

	Февраль	с 28.02 по 09.03
Количество уникальных посетителей( за 1 день)	~300	~1000
Количество просмотров(за 1 день)	~700	~2000
Увеличение количества участников группы ( за 1 неделю)	~400	~3000

## Результаты Facebook

	Февраль	с 28.02 по 09.03
Просмотры поклонниками страницы (за 1 день)	~500	~1300
Количество уникальных просмотров (за 1 день)	~200	~500
Увеличение количества участников группы (в среднем за неделю)	~50	~2300

# Результаты конкурса к 8 марта



**COMFY ПОЗДРАВЛЯЕТ**  
ПРЕКРАСНУЮ ПОЛОВИНУ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА  
СО СВЕТЛЫМ ПРАЗДНИКОМ ВЕСНЫ!

Поздравляем  
победителей конкурса!

  Екатерина Бакунина

  Людмила Панас

  Ирина Войтович

  Оксана Маглеваная

  Людмила Гладкая

**Главный приз  
iPod Nano!**

  Anastasia Dovgan

# Результаты конкурса к 8 марта



# Сравнение эффективности у схожих механик конкурентов!

[http://www.facebook.com/eldorado.ua?sk=app\\_7146470109](http://www.facebook.com/eldorado.ua?sk=app_7146470109)

Суть конкурса – опубликовать весеннюю фотографию!  
Выиграл пользователь, который набрал 123 «лайка».

У Comfy 1369 (Вконтакте) и 545 (Facebook)  
За все время проведения конкурса аудитория увеличилась на 300 человек.

У Comfy 3092 (Вконтакте) и 2225 (Facebook)

## "ТК Эльдorado" > Конкурс!

Компания

**В честь праздника весны Эльдorado дарит видеокамеру за самое весеннее фото!**

### Уважаемые дамы!

Вы хотите иметь видеокамеру? Очень?

Тогда опубликуйте у нас на стене свое самое весеннее фото и получайте приз – цифровую видеокамеру Samsung HMX-T10BP/XER!



COMFY®

КОМФОРТНИ  
МАГАЗИНИ  
ТЕХНІКИ

Спасибо за внимание!

Спасибо за внимание!

Роман Славка

mob: 0675226025

skype:roman\_slavka

e-mail:slavka@comfy.ua

www.comfy.ua