

Пример оформления сегментов категории сыров



Пример оформления сегментов категории сыров



Рост всей категории +30%

Матюшкин Вадим
к.п.н. агентство DA Creative Group

Продвижение в социальных медиа



Может ли магазин стать
френдом?



Как становятся популярными френдами?

- Что-то постоянно пытаются продать своим друзьям?

НЕТ!!!
!



Как становятся популярными френдами?

- Постоянно рассылают ссылки на свой сайт?

НЕТ!!!
!

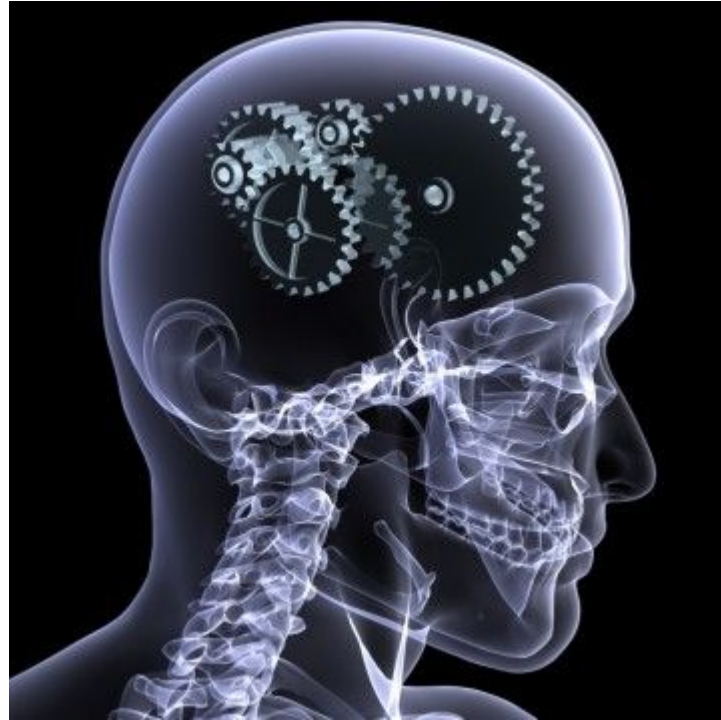


Как становятся популярными френдами?

- Размещают у себя на странице заявления официальных лиц?

НЕТ!!!
!





Чтобы продвигать себя в социальных медиа,
нужно полностью менять мировоззрение,
философию маркетинга – всё делать наоборот

Что делает настоящий популярный френд в социальной сети?

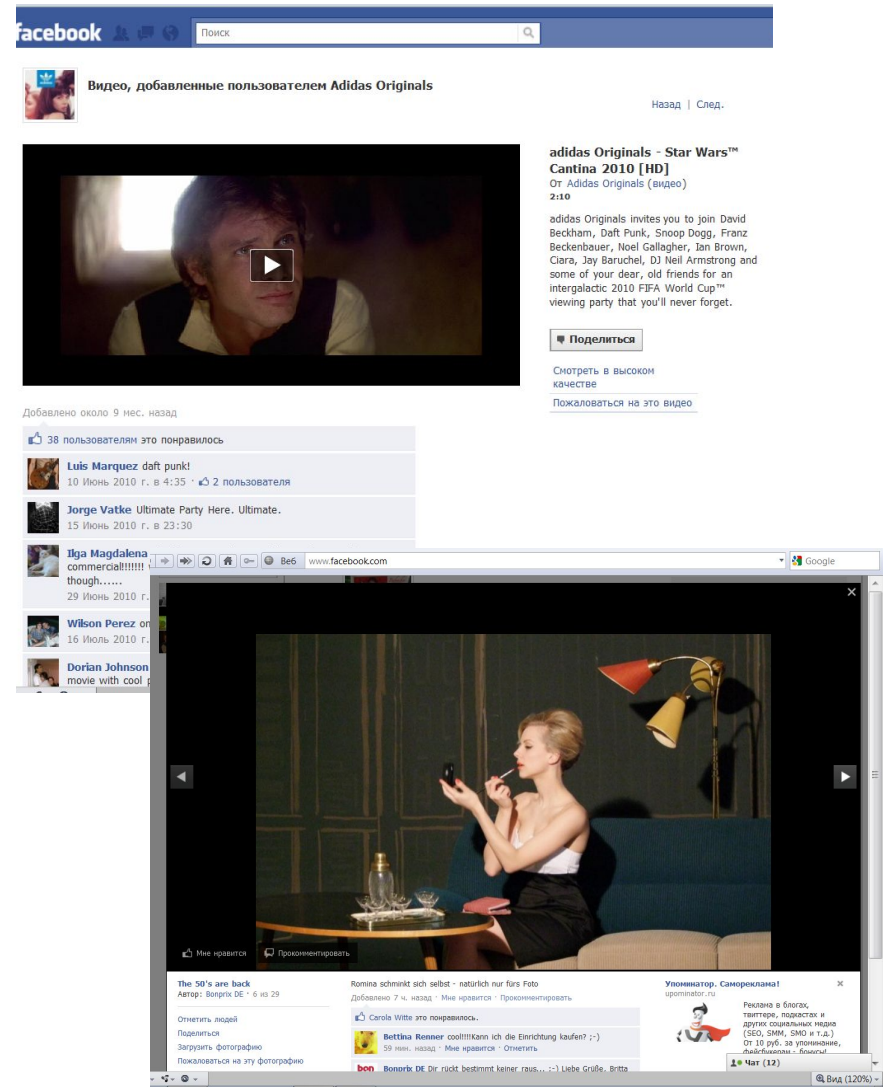
- Комментирует или лайкает контент, который выложили его друзья на своих страницах так, как это соответствует их самооценке и стилю общения

The screenshot shows a Facebook feed with three posts from a user named OTTO:

- Post 1:** OTTO commented on a photo of Wellnesshotel Zum Kurfürsten. The post includes a photo of a child and two buttons: "Добавить в профиль" (Add to profile) and "Указать другое место учебы" (Specify another place of study). It has 5 comments and 31 likes.
- Post 2:** Marina Selezneva likes a photo of Natali Wosanu. The photo shows a woman in a cowboy hat. It has 21 comments and a note that Marina Selezneva liked it.
- Post 3:** OTTO likes an album titled "Otto Group Karriere". The album contains three photos of people in red and white athletic gear. It has 5 comments and 23 likes.

Что делает настоящий популярный френд в социальной сети?

- Размещает на своей странице контент, привлекающий внимание его друзей и соответствующий интересам, о которых те заявили



Что делает настоящий популярный френд в социальной сети?

- Даёт друзьям советы и ссылки, которые могут реально помочь в решении проблем, о которых те заявили или развлечься в том стиле, который им более привычен, судя по тому, чем они уже заинтересовались



Reima Club Какая погода ожидает нас во вторник, 7 декабря?
Москва: днем - -4..-2, ночью - -9..-7. Облачно с прояснениями.
Питер: дневная температура - -2, ночью - до -7.
Не расстраивайтесь, что нет снега, а детишек нельзя прокатить в санях - уже с четверга ожидается снежок. Ждем :) Хорошего вам вечера



Погода Reima Club

Мальшки-синоптики ежедневно рассказывают о прогнозе погоды для Москвы и Санкт-Петербурга. Они подскажут вам, что лучше надеть на деток, дабы им было комфортно.

От: Reima Club

2 022 просмотра · Отзывы 0,40%

📅 06 Декабрь в 17:36 · Мне нравится · Прокomentировать · Поделиться

👍 Это понравилось Tati Miloskaya и 4 другим .



Julia Jul если в Москве нет снега - приезжайте в Питер, мы поделимся, нам не жалко :-DDD

06 Декабрь в 22:53 · Мне нравится · 🗨 2 пользователям · Отметить



Инна Насадюк Julia, не бойтесь? :)) это ж столько народу захочет снежочек на Новый год

07 Декабрь в 0:33 · Мне нравится · Отметить



Julia Jul уж лучше москвичи (тем более сама из Москвы), чем китайцы в бесконечном кол-ве ;-))) Да и чистые улицы ещё никому не мешали :-DDD.... Добро пожаловать - если билеты найдёте ;-)

07 Декабрь в 5:14 · Мне нравится · 🗨 2 пользователям · Отметить

Оставить комментарий...

также - помогает пользователям решать свои онлайн задачи



- виртуальный магазин It Girl на платформе социальной игры. пользователи прикупили подарки для друзей, причем модели одежды в виртуальном магазине повторяли предложения в реальных точках продаж Old Navy. По завершении квеста на счет игрока начислялась виртуальная валюта (в итоге ему не нужно платить за игру)

также – живо интересуется всем, ЧЕМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ХВАСТАЕТСЯ

- Чтобы продвигать магазин, торгующий выпечкой были проанализированы дискуссии на темы: шоколад, шоппинг и обувь.
- А далее бренд стал корректно подключаться к дискуссиям.
 - «Когда кто-то говорит «Я только что купила пару красивых туфель в Nordstrom», бренд спрашивает «Есть фотка? Покажи!».
 - «Или если кто-нибудь твитит о том, что хочет купить новую пару обуви, бренд пишет, что видел только что прикольные в Macy's».
 - «Или бренд спрашивает: «Кто какую обувь предпочитает? На каблуках или плоскую?».
- После нескольких таких взаимодействий, обязательно кто-нибудь спрашивает об аватаре Foiled Cupcakes в twitter-аккаунте. Тогда рассказ о компании становится органичным, тогда начинается реклама.



Немного статистики

- Популярные бренды разрешают фанам писать на своих страницах и выигрывают от этого. 59% постов, написанных пользователями – это хвалебные отзывы. Всего 5% постов носит негативный характер.
- 6% постов содержат вопросы к представителям компании, а 5% – к другим фанам, причем фаны отзываются на просьбы в 9 раз активнее, чем сами бренды.
- Раскрученные на Facebook компании в среднем публикуют 1 пост на 10 постов фанов. Удивительно, но фанов не привлекают компании, которые слишком часто пишут на своих страницах.



Власть в информационном обществе принадлежит не тому, кто диктует правила, и не тому, кто полагает, что очень важно находиться в лучах прожекторов, но тому, кто сможет организовать вечеринку так, чтоб никому не было скучно.

А.Бард и Я.Зодерквист НЕТОКРАТИЯ



Контакты:

Адрес: 127015, г. Москва,
ул. Б. Новодмитровская, д. 23

Тел.: (495) 508-13-69

e-mail: da@da2brand.ru

web: www.da2brand.ru