



лаборатория социального маркетинга  
**САРАФАННОЕ РАДИО**  
[www.sarafannoeradio.org](http://www.sarafannoeradio.org)

## Сарафанное Радио

Эксперт социальных сетей лаборатория Сарафанное Радио -  
Комплексная PR-поддержка в области Веб 2.0, SMO и SMM.

Продвижение и сопровождение в социальных сетях и блогосфере  
корпоративных клиентов: банки, фонды и другие крупные корпорации.

---



лаборатория социального маркетинга  
**САРАФАННОЕ РАДИО**  
[www.sarafannoe-radio.org](http://www.sarafannoe-radio.org)

## **Ведущий эксперт Рунета в области социальных сетей:**

1. Первый словарь социальных сетей.
2. Первый словарь Твиттера.
3. Первый словарь ВКонтакте.Ру.
4. Первый словарь Одноклассники.Ру.
5. Первый словарь Веб 2.0.
6. Первый рейтинг социальных сетей СНГ.
7. Первый рейтинг групп в Одноклассниках.
8. Первый рейтинг групп ВКонтакте.
9. Первый рейтинг социальных сетей Беларуси.
10. Первый рейтинг социальных сетей Украины.
11. Первый рейтинг социальных сетей Казахстана.

# Цели

## блога



- Самореализация
- Заработок в Интернете
- Представление:
  - Организации
  - Проекта
  - Продукта
  - Услуги

# Задачи

6



- Количество посетителей.
- Количество тематических посетителей.
- Подписчики.
- Платежеспособные покупатели продукта.
- Самореализация через проект.

# Определение

тема



- Тематика
- Позиционирование
- Ниша

Не нужно писать на разные темы.

*Блог «обо всем на свете» – для тех, кто уже имеет имя и последователей, которым интересно читать любые мысли популярной личности.*

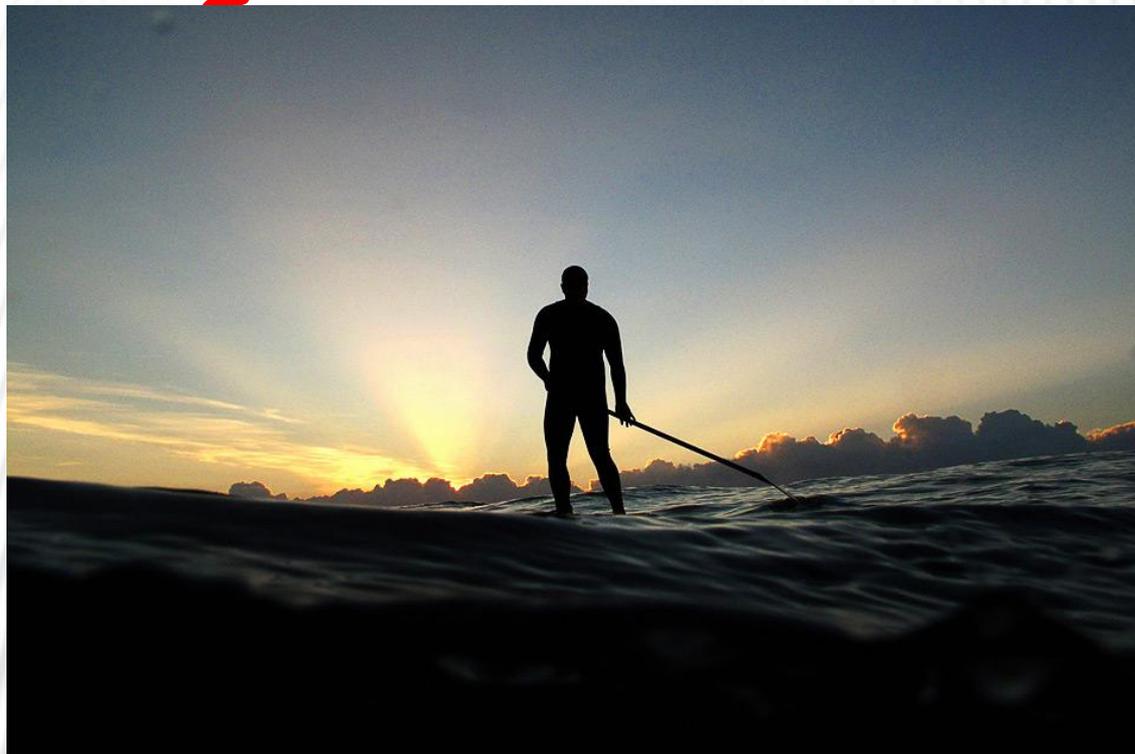


- Тематика должна быть интересна самому автору.
- Тематика должна зажигать самого автору и вызывать у него страсть.
- Автор должен разбираться в теме. Компетентность.
- Отслеживание тенденций по тематике.



- Тема должна быть полезна другим людям.
- Определение популярности темы
- Количество ежемесячных запросов:
  - Яндекс: [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru)
  - Google: [adwords.google.com](http://adwords.google.com)

# Советы



- Представить себя с лучшей стороны.
- Сосредоточиться на своих сильных качествах.
- Будь целеустремлённым. Поставить цель
- Максимум отдачи, при минимуме издержек.
- Автоматизирование и делегирование.



- Придерживаться выбранного направления.
- Максимум полезной информации по выбранной тематике.
- Выбрать тему, приносящую удовольствие автору.
- Найти уникальную нишу, в которой еще никого нет.



- Не бояться делать ошибки.
- Подкреплять сообщения фактами. Возможно историями.
- Блог – это создание контента плюс его маркетинг.
- Блог – это предприятие, в которое нужно инвестировать время и/или деньги.



- Разбивать текст на абзацы.
- Оформлять каждое сообщение красивой иллюстрацией.
- Делать яркие заголовки.
- Найти свою аудиторию, друзей по интересам.



- Писать постоянно. Не делать перебоев.
- Заполнить максимально информацию о себе.
- Интегрировать свою реальную жизнь в виртуальное пространство.
- Приглашать пользователей высказываться по вопросам, указанным в посте.
- У хорошего блога должна быть хорошая обертка и оформление.

# Выбор



1. Красивый и оригинальный.
2. Легко запоминающийся.
3. Легкий в произношении.
4. Легкий в написании английским шрифтом.
5. Соответствующий тематике блога.
6. Соответствующий географии влияния автора (.ru, .com и т.п.)
7. Соответствующий цели прихода автора в Интернет.

# SE



1. Контент блога.
2. Приобретение тематических ссылок.
3. Ссылочная масса, прогонки и прочее.
4. Сильные доноры.
5. Продвижение статьями.

## How to Make Your Blog Stand Out From the Crowd



6. Обмен постовыми.
7. Внутренние ссылки.
8. Популярные запросы.
9. Ключевые слова.
10. Совпадение анкоров с ключевыми.

# Блогу

цели:



1. Регулярное наполнение интересным контентом, обновления.
2. Взаимодействие с аудиторией, комментарии.
3. Продвижение, раскрутка.
4. *Техническое сопровождение (автономному блогу).*



- Контент и взаимодействие – журналист.
- Продвижение – маркетолог.
- Тех.поддержка – технарь.

*Купить недостающее на фрилансе или привлечь соавтора.*

# Корпоративный

блог



- Личность топ-менеджера.
- Жизнь команды.
- Неформальное фото.
- Неформальное видео.



- Не ретранслятор основного ресурса
- Отличается от официального сообщения.
- Отражение и продвижение ценностей компании.



- Продажа услуг с обратной связью.
- Тестирование новых услуг.
- Опросы.



- Антикризисный пиар.
- Возможность собирать негатив и управлять им.
- Возращивание своего комьюнити.



- Возможность доносить позицию компании в неофициальном виде.
- Блог – это одновременно и официальная и неофициальная позиция.
- В различных ситуациях трактовать мнение компании, как официальное, или как неофициальное.

# Негативные



- ✓ При конструктивном негативе необходимо действовать по схеме: Спасибо – Исправили – Сообщили.
- ✓ Неконструктивный негатив – это необоснованные утверждения или повторение «почему», после понятного объяснения.



- ✓ С репутационной точки зрения, достаточно ответить на конструктивный негатив, и не обращать внимания на негативный.
- ✓ О большой проблеме умалчивать нельзя. И лучше быть первым, кто даст ответы.
- ✓ О маленькой – можно.



**Сильный эффект имеет следующая практика:**

- отвечать оперативно,
- максимально честно,
- параллельно устраняя проблему.

# Найти СВОЮ

НИ



1. Что я могу делать лучше всех?
2. В чем я очень хорошо разбираюсь?
3. Что из того, что я делал в жизни, больше всего нравилось людям?
4. В чем я действительно специалист и эксперт?



5. Какие у меня природные способности, дающие мне преимущества перед другими?
6. В каких вопросах люди ко мне прислушиваются?
7. Что мне нравится делать?
8. Что из того, что я делаю, вызывает у меня настоящую страсть?



9. Что я делаю, когда уже пора спать, а я готов сидеть до утра за этим занятием?

10. Что я хочу делать, и не могу дождаться утра, чтобы делать это?

11. В чем я мог бы добиться максимальных результатов?



12. Что из того, что я уже делал, приносило максимальный результат?

13. Какое из моих занятий и результатов моей деятельности, пользуется максимальным спросом в окружающем мире?

14. Какое из моих занятий может дать максимальную прибыль (пользу)?

# Аудитория

## блога



1. **Фанаты**, холивары. Всегда довольны и хвалят.
2. **Опиционер-мейкеры**, постящие аргументировано. На этих людей нужно тратить больше всего времени.
3. **Молчуны**. Уловить их мнение можно статистикой.
4. **Негативисты**. Ворчуны. Критики. С ними возможен диалог.
5. **Антифанаты**. Таким ничего не объяснишь. И не нужно. Можно спокойно удалять комментарии, и сразу забывать об этом.

# Как заинтересовать

**ПОС**



***Что люди больше всего любят в блогах, кроме интересных статей:***

1. Смотреть интересное видео.
2. Смотреть и скачивать интересное аудио.
3. Скачивать полезные программы.
4. Созерцать яркие и «прикольные» изображения.
5. Развлекаться в любой форме.
6. Обучаться успеху, продвижению и чему-то тематическому и полезному.
7. Учиться делать деньги.

# Монетизация



- Продажа рекламы.
- Постовые и упоминания.
- Платные посты и обзоры.
- Продажа товаров и услуг.



- Партнерские программы, рефералы.
- Платный доступ.
- Сбор пожертвований.
- Обмен на ссылки.



- Спонсоры блога.
- Продажа блога.
- Консалтинг.
- Продажа ссылок. Пузомерки.