



ЭВОЛЮЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДОВ В ИНТЕРНЕТЕ



СТАНИСЛАВ РОМАНОВ

СОЗДАТЕЛЬ DIGITAL АГЕНТСТВА "ДЕЛАЙ
ХОРОШО" И ОПТОВОГО SMM-АГЕНТСТВА "КМ"

КЛИЕНТЫ:



Nikon



СТС

ЗА 10 ЛЕТ РАБОТЫ С АГЕНТСТВАМИ И ПРЯМЫМИ КЛИЕНТАМИ, Я СТАЛ СВИДЕТЕЛЕМ ТОГО, КАК ИНТЕРНЕТ МЕНЯЛСЯ И МЕНЯЛИСЬ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ.

РАНЬШЕ:

маркетинг – ощущения
(котики и накрутка рейтингов,
цифр, посещаемости)

СЕЙЧАС:

маркетинг – это аналитика
и поведенческий маркетинг
(метрики), тестирования

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРИВЕЛО К ТОМУ, ЧТО РАЗЛИЧНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТРИКИ ОБЪЕДИНИЛИСЬ В ЕДИНУЮ ЦЕЛОСТНУЮ СИСТЕМУ, СПОСОБОМ РАБОТЫ С КОТОРОЙ ЯВЛЯЕТСЯ **КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ**.



КОМУ ГОВОРИМ
(КАКОЙ АУДИТОРИИ)



ГДЕ ГОВОРИМ
(НА КАКИХ ПЛОЩАДКАХ)



ЧТО ГОВОРИМ
(КАКИЕ МЕССЕДЖИ ВНЕДРЯЕМ)

КАКИМ ЦЕЛЯМ СЛУЖИТ **КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ?**



РЕПУТАЦИЯ
И УЗНАВАЕМОСТЬ



ОТСТРОЙКА
ОТ КОНКУРЕНТОВ



ДОПРОДАЖИ
И ПОВТОРНЫЕ ПРОДАЖИ



РАБОТА
С НЕГАТИВОМ

АНАЛИТИКА УПОМИНАНИЙ В ИНТЕРНЕТЕ



Brand Analytics



IQ 'BUZZ



YOUSCAN



ПОСЕВ ИНФОРМАЦИИ И ВНЕДРЕНИЕ В ДИСКУССИИ

ТРАСТ 

ВНЕДРЕНИЕ В ДИСКУССИИ
ПО ПОВОДУ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ



ВЫДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТА
НА ПРОДВИЖЕНИЕ СЕРИАЛА «ФИЗРУК»
В КРУПНЕЙШИХ ПАБЛИКАХ ВКОНТАКТЕ

ВЕДЕНИЕ СООБЩЕСТВ БРЕНДА

ПРИМЕР:

Nikon[®]

ОФИЦИАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО НИКОН В КОНТАКТЕ.
КОНКУРСЫ, НОВОСТИ И ОБЗОРЫ ТЕХНОЛОГИЙ
ДЛЯ ФОТОГРАФОВ И ЛЮБИТЕЛЕЙ.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

ПРИМЕР:



REHAU[®]

ВВОДИШЬ "ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА", В ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ, ВСПЛЫВАЮТ ПОДСКАЗКИ "ПЛАСТИКОВЫЕ ОКНА REHAU"

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦ-СЕТИ ПОЗВОЛЯЮТ НАСТРОИТЬ **ТАРГЕТИНГ**,
ГЕОТАРГЕТИНГ И **ГИПЕРЛОКАЛЬНЫЙ ТАРГЕТИНГ**.

ПРИМЕР:



KFC[®]

РЕКЛАМА ДЛЯ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН
ОТ 18 ДО 35 ЛЕТ В РАДИУСЕ КИЛОМЕТРА ОТ KFC

ДИРЕКТ И ГУГЛ ADWORDS

МОЖНО КУПИТЬ РЕКЛАМУ НЕ ТОЛЬКО ПО ЦЕЛЕВЫМ ЗАПРОСАМ, НО И ПО НАЗВАНИЯМ БРЕНДОВ КОНКУРЕНТОВ.



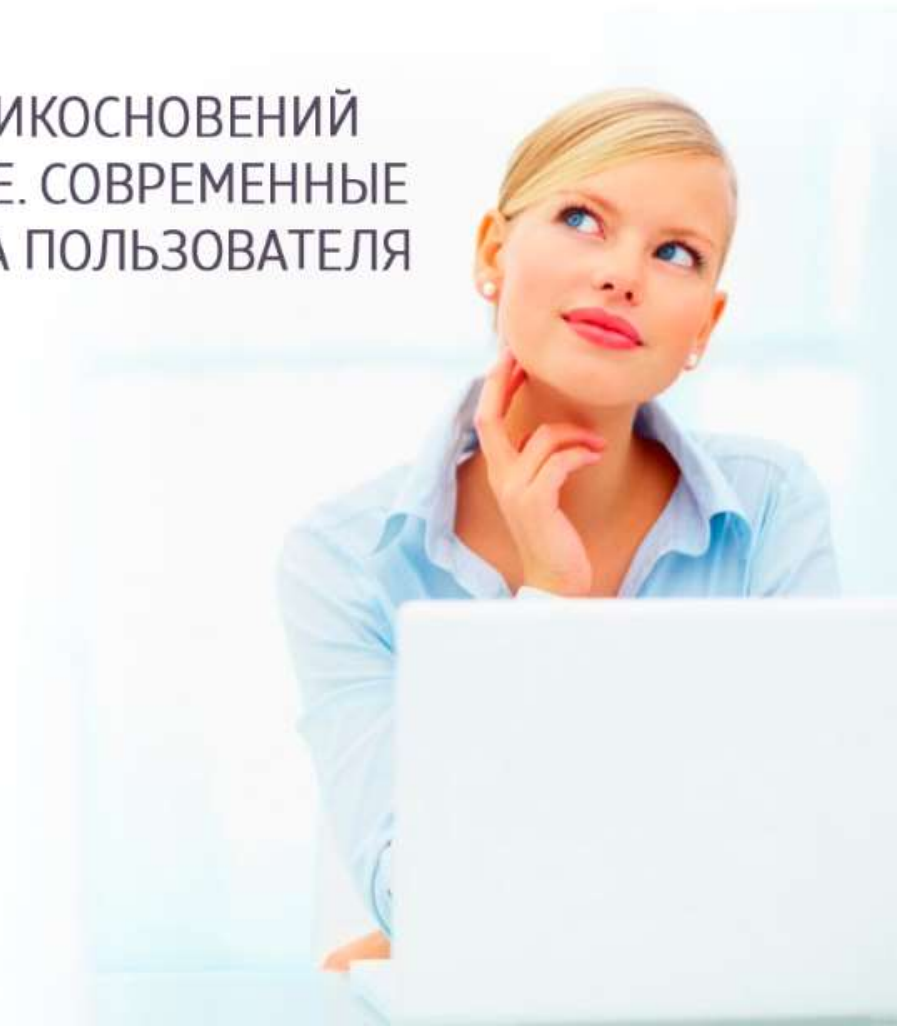
ПРИМЕР:

САЛОНЫ СВАДЕБНЫХ ПЛАТЬЕВ МОСКВЫ АКТИВНО ПОКУПАЮТ РЕКЛАМУ ПО ЗАПРОСУ "СВАДЕБНЫЕ ПЛАТЬЯ ВЕСТА"



РЕТАРГЕТИНГ

ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ НЕОБХОДИМО НЕСКОЛЬКО СОПРИКОСНОВЕНИЙ С БРЕНДОМ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ. СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОЗВОЛЯЮТ ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ НА ПАРТНЕРСКИХ ПЛОЩАДКАХ И В СОЦ. СЕТЯХ.



ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО

BIG DATA И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

НА ДАННЫЙ МОМЕНТ КОМПАНИИ ИМЕЮТ ИСЧЕРПЫВАЮЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ИНФОРМАЦИИ О ПОЛЬЗОВАТЕЛЯХ И В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА СМОГУТ ПРЕДСКАЗЫВАТЬ ПОТРЕБНОСТИ АУДИТОРИИ.

