



# SMART SOCIAL MEDIA MARKETING

# Ценность социальных сетей для бизнеса становится все более измеряемой

| ПУТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ | ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ                           | СТРАТЕГИЯ   | ТИП АКТИВНОСТИ                                | KPI'S                                     | ЦЕННОСТЬ ДЛЯ БИЗНЕСА   |
|------------------|---|---|---|---|--|
| Осведомленность  | Формировать знание                      | Привлекать ЦА к контенту бренда                           | Посты, реклама в социальных сетях             | Число контактов, охват                    | SOV, TOMA  |
| Оценка           | Формировать спрос                       | Формировать вовлеченность в сообществах                   | Посты, обратная связь                         | Уровень и типы вовлеченности              | Трафик (онлайн и офлайн)   |
| Решение          | Повышать конверсии                      | Обеспечивать контакты ЦА с торговыми предложениями бренда | Посты, реклама в социальных сетях             | Переходы по ссылкам                       | Конверсии (покупки, подписки, загрузки приложений и т.д.)                  |
| Принятие         | Укреплять эмоциональную связь с брендом | Усиливать вовлеченность в продукты / сервисы              | Обратная связь, служба поддержки потребителей | NPS<br>Скорость и качество обратной связи | Эмоциональная связь и удовлетворенность                                    |
| Распространение  | Стимулировать евангелизм                | Работа с лидерами мнений и агентами влияния               | Посты, продвижение лидеров мнений, перепосты  | Полученные контакты и охват, UGC          | Реферальный трафик, активность лидеров мнений, положительное инфополе, NPS |

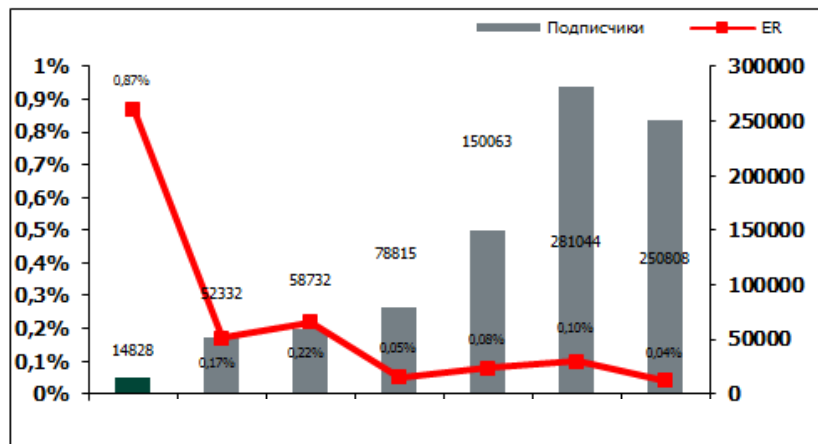
# Создание экосистемы бренда в социальных сетях: возможности Big data



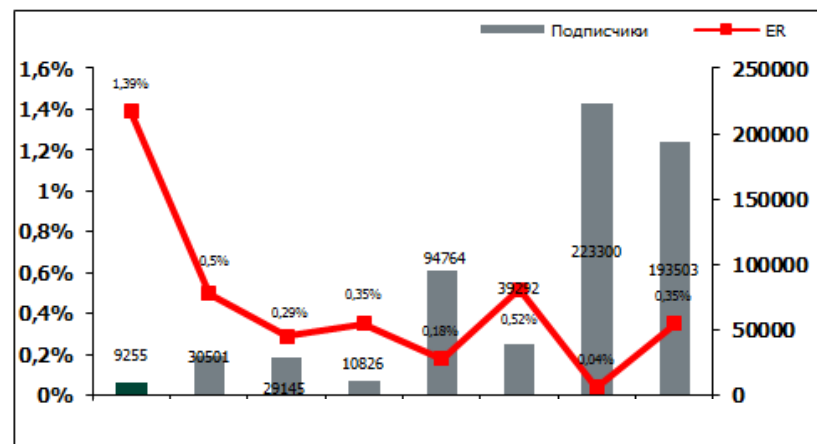
- Удельный вес брендов в канале
- Показатели вовлеченности и активности брендов
- Информационное поле конкурентов и бренда
- Популярность товарной категории в канале
- Популярность типов контента и рубрик – в международных социальных сетях, на основе отчетов
- Портрет целевой аудитории: социально-демографические и психографические характеристики
- Частота и время постинга
- Мониторинг и оптимизация эффективности

# Удельный вес брендов в канале: число участников и вовлеченность

## ВКОНТАКТЕ



## FACEBOOK

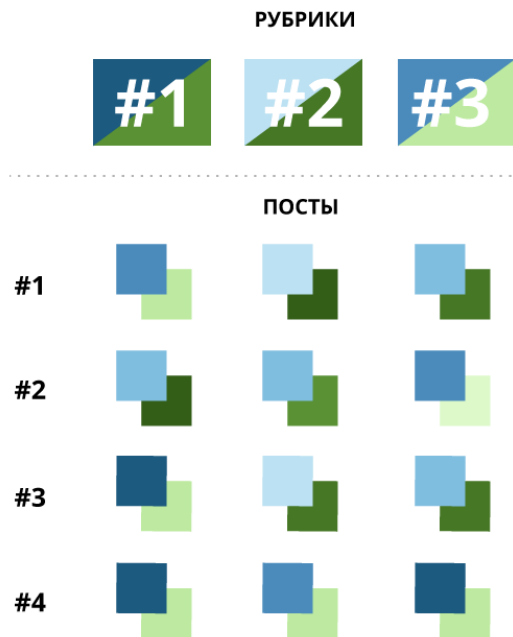
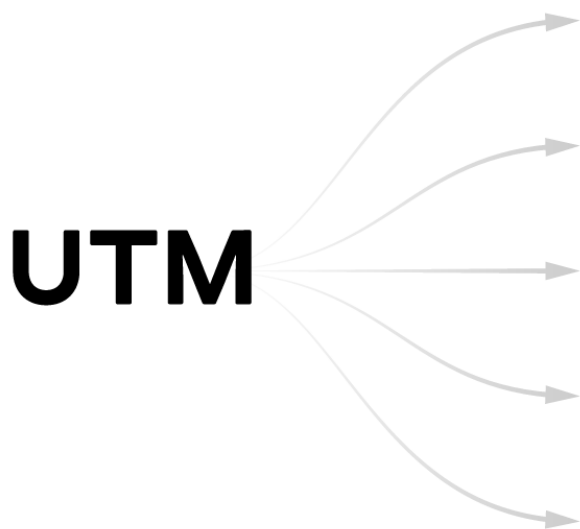


# Сравнительный анализ динамики активности конкурентов

| СООБЩЕСТВО  | ПОСТЫ        |               |          | LIKES            |                  |          | РЕПОСТЫ         |                 |          | КОММЕНТАРИИ     |                 |          |
|-------------|--------------|---------------|----------|------------------|------------------|----------|-----------------|-----------------|----------|-----------------|-----------------|----------|
|             | 2014         | 2015          | Динамика | 2014             | 2015             | Динамика | 2014            | 2015            | Динамика | 2014            | 2015            | Динамика |
| Бренд       | 4 /<br>день  | 3 /<br>день   | - 1      | 170 /<br>к посту | 220 /<br>к посту | + 50     | 15 /<br>к посту | 15 /<br>к посту | 0        | 25 /<br>к посту | 13 /<br>к посту | - 12     |
| Конкурент 1 | 2 /<br>месяц | 2 /<br>в день | + 2      | 114 / к<br>посту | 69 /<br>к посту  | - 45     | 7 /<br>к посту  | 10 /<br>к посту | + 3      | 17 / к<br>посту | 12 /<br>к посту | - 5      |
| Конкурент 2 | 21<br>/день  | 7 /<br>день   | - 14     | 29 /<br>к посту  | 31 /<br>к посту  | + 2      | 6 /<br>к посту  | 5 /<br>к посту  | - 1      | 4 /<br>к посту  | 5 /<br>к посту  | - 1      |
| Конкурент 3 | 1 /<br>день  | 1 /<br>день   | 0        | 425 /<br>к посту | 108 /<br>к посту | - 317    | 75 /<br>к посту | 13 /<br>к посту | - 62     | —               | —               | —        |
| Конкурент 4 | 1,5/<br>день | 3 /<br>день   | + 1,5    | 25 / к<br>посту  | 115 /<br>к посту | + 90     | 4 /<br>к посту  | 18 /<br>к посту | + 14     | 15 / к<br>посту | 12 /<br>к посту | - 3      |

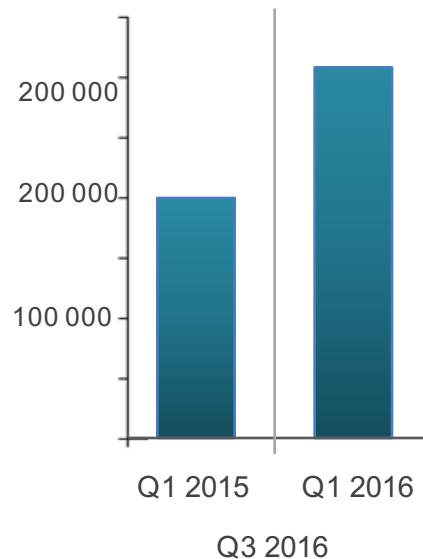
# Мониторинг эффективности и оптимизация контентной политики

## Матрица эффективности контента

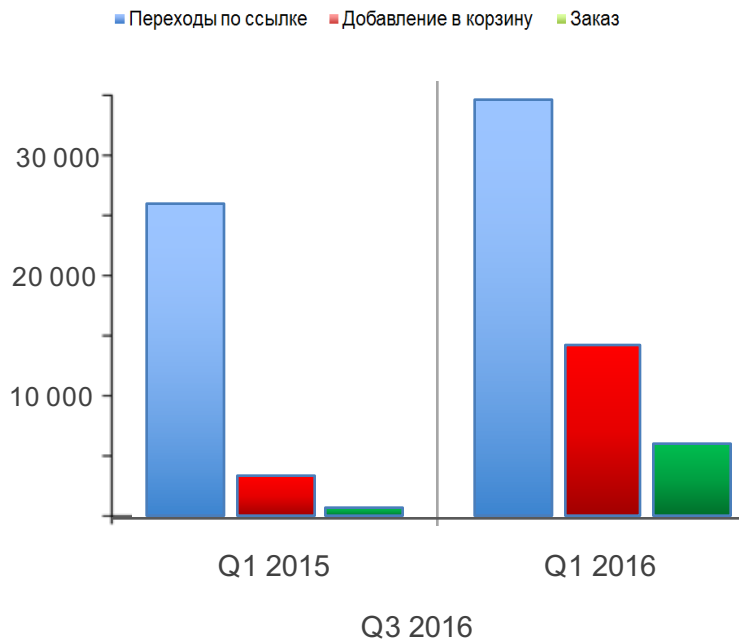


# Результаты применения Big data и аналитики

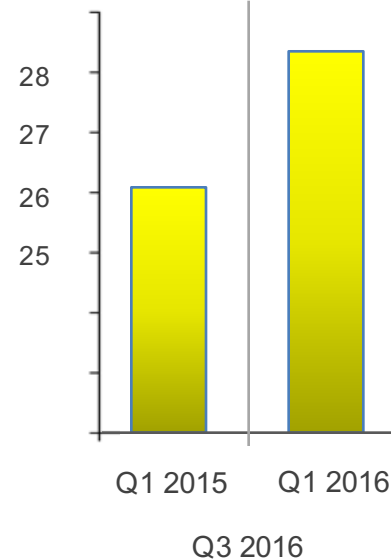
## Число участников



## Конверсии



## ER





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

MEDIA STARS DIGITAL GROUP | +7 (495) 620-36-67