



**КАК МЫ УЧИЛИ ЧИТАТЕЛЯ “ПОЛЮБИТЬ
БОМБУ”: ОТ ЗАКЛЕПОК К ЭМОЦИЯМ**

WARHEAD



**ОТ СЛОЖНОГО К ИНТЕРЕСНОМУ.
ПОЧЕМУ ЭМОЦИИ ПРАВЯТ КОНТЕНТОМ**

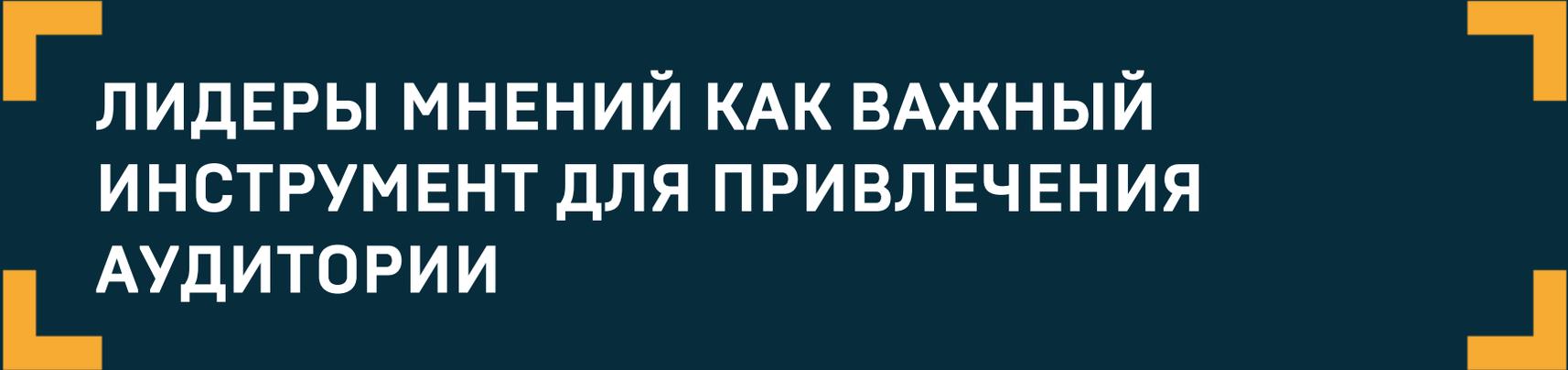
У ТЕБЯ ЕСТЬ 5 РУБЛЕЙ. СОБЕРИ СВОЙ ИДЕАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

- Информативный – 3р.
- Эмоциональный – 4р.
- Для широкой аудитории – 2р.
- Вовлекающий – 5р.
- Мультиформатный – 3р.
- Еще не было в Симпсонах – 100р.

КОНТЕНТ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ: КАК ЖЕ НЕ ПОТЕРЯТЬСЯ

1. **Liquid content.** Вы заранее не знаете, из какого источника будут потреблять ваш контент, сделайте его узнаваемым
2. **Правило 8 секунд.** Ваш контент должен вовлекать пользователя с первых же строк
3. **Наблюдайте за вашей аудиторией,** где ей удобнее с вами общаться
4. **Сделайте ваш сайт действительно user friendly**

ФОРМАТЫ КОНТЕНТА И ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ. ЧТО ЖЕ ВЫБРАТЬ



**ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ КАК ВАЖНЫЙ
ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ
АУДИТОРИИ**

КУЛЬТ ЛИЧНОСТИ 21 ВЕКА

Социальные сети и блогеры ввели
новую моду на контент:

*важен не только контент, но и его
автор!*



WARHEAD

КТО ТАКИЕ АВТОРЫ И КАК ИХ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

1. Автор – не просто создатель контента, но и лидер мнений у определенной аудитории, которую вы можете бесплатно привлечь на свою площадку
2. Известный автор – ваш дополнительный медийный охват
3. Кроме того он совершенно незаменим при общении с аудиторией



**COMMUNITY MANAGEMENT, ИЛИ КАК
НАУЧИТЬ АУДИТОРИЮ ОБЩАТЬСЯ С
БРЕНДОМ**

СХЕМА РЕАГИРОВАНИЯ: ВСЕ ЛИ ТАК ПРОСТО?



КАК МЫ РЕШАЛИ ЭТУ ПРОБЛЕМУ

Модератор всему голова! Его основная цель – быстро оценить ситуацию и принять решение о развитии ситуации:

- действовать самому
- позвать в беседу актуального автора, который САМ продолжит общение с пользователем

Плюсы:

- малые потери времени на внутренние коммуникации
- выше шансы вывести ситуацию из негатива
- общаться с автором круче! (смотрите выше)

Минусы:

- увы, но автор – это не модератор. За ним надо присматривать

СВОИХ ГЕРОЕВ НАДО ЗНАТЬ В ЛИЦО

Эксперты



Евгений Башин-Разумовский
Эксперт по историческим вопросам



Антон Железняк
Эксперт по техническим и инженерным вопросам



Замецки



Баба Клава
Уборщица и модератор



Полковая лайка
Эксперт по годности



Игорь Невструев
Модератор

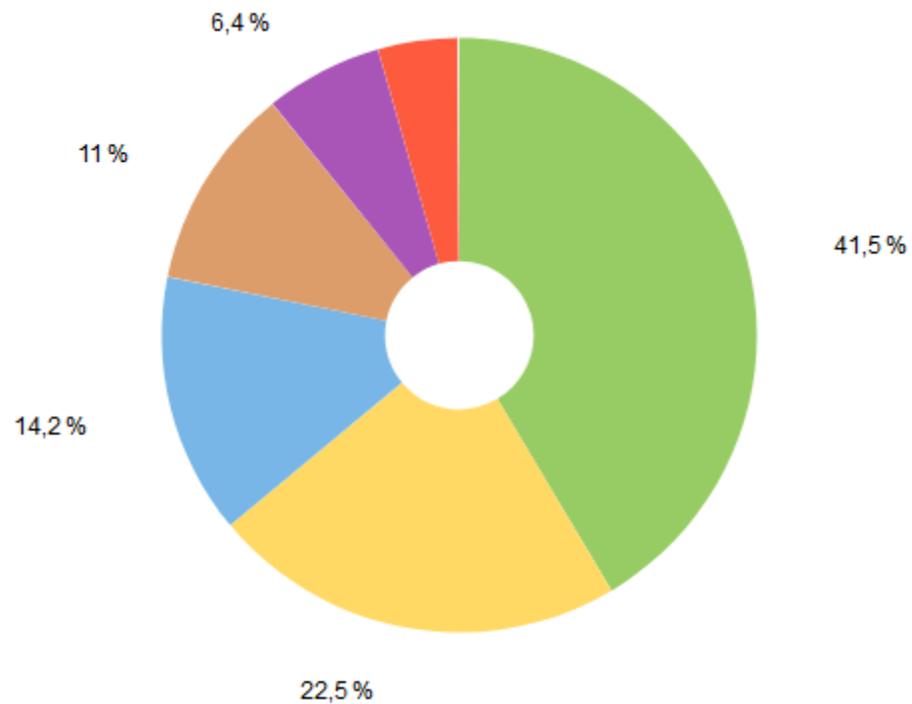


Григорий Пастушков
Полевой эксперт в запасе



**ПРОДВИЖЕНИЕ: КОГДА НУЖНО ВЧЕРА
И БЕСПЛАТНО**

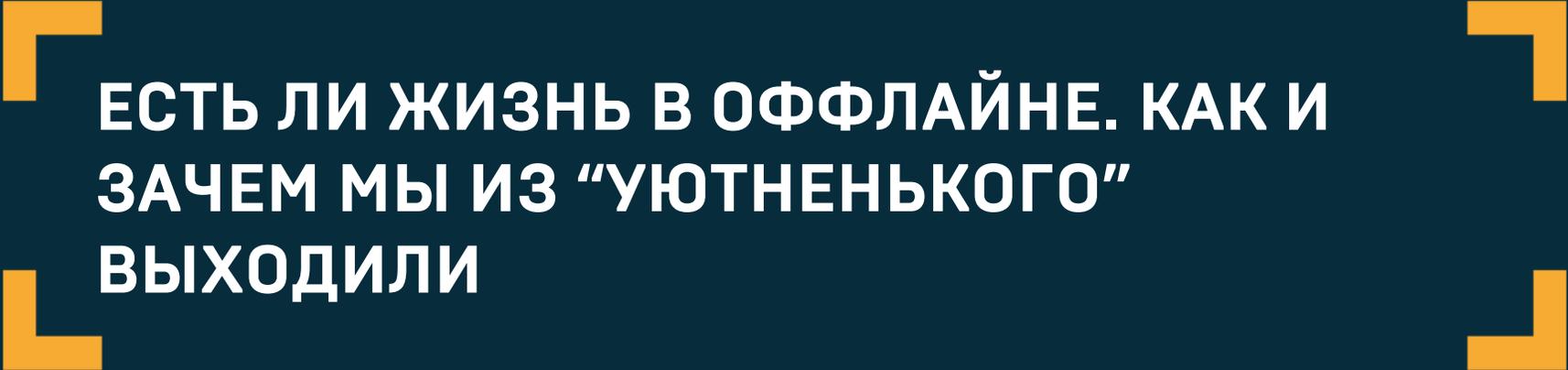
ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ



- ✓ Переходы из социальных сетей
- ✓ Прямые заходы
- ✓ Внутренние переходы
- ✓ Переходы по ссылкам на сайтах
- ✓ Переходы из поисковых систем
- ✓ Переходы по рекламе
- Остальные

ГДЕ МЫ ИСКАЛИ АУДИТОРИЮ

1. Социальные сети. Не только лидер по соотношению цена/качество, но и источник постоянного органического трафика
2. Ридеры (Feedly, Inoreader...).
3. Партнерские договора с новостными агрегаторами.
4. Яндекс дзен.
5. Смотрите, на каких площадках ваша аудитория потребляет контент)



**ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ В ОФФЛАЙНЕ. КАК И
ЗАЧЕМ МЫ ИЗ “УЮТНЕНЬКОГО”
ВЫХОДИЛИ**

ЗАЧЕМ ЖЕ ЭТО НАМ

1. **Офлайн – это не только свежий воздух, но и дополнительные форматы контента**
2. **Это отличная возможность наладить контакт с аудиторией**
3. **Офлайн мероприятия (на стартовом этапе) могут показать интерес вашей аудитории к бренду и возможные направления сотрудничества**
4. **Ну и конечно же – это дополнительная возможность монетизации)**

**КАКИЕ ФОРМАТЫ МЫ УЖЕ ОПРОБОВАЛИ И
КАКИЕ ХОТИМ**



A wooden box with a metal handle and a label, surrounded by dynamite sticks in a dark, rocky environment. The box is the central focus, with a label on its side. The background is a dark, textured surface, possibly a cave or a mine. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the wood and the dynamite.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

WARHEAD