

# **ВКонтакте – соц. сеть, которая может решать все pr задачи**

ВКонтакте можно достучаться до аудитории любого возраста, пола, социального статуса.

**Принцип интернет маркетинга  
– прост, как все гениальное:  
соберите «свою» аудиторию  
(через постинг, рассылку,  
сайты и месенджеры),  
снимите ее «страхи» и  
возражения и научитесь  
«продавать» ей свой продукт**

# Для успешного продвижения вам нужно:

- ❖ создать сообщество с максимальной конверсией
- ❖ разработать контент-стратегию, которая будет постепенно подводить вашего клиента к принятию решения о покупке
- ❖ переводить пользователя в статус друга или фаната

- ❖ через таргетинг приводить релевантную аудиторию
- ❖ быстро реагировать на запросы «френдов», ваших «покупателей»
- ❖ делать повторные продажи, за счет всех перечисленных пунктов, благодаря дружбе, внятному контенту и хорошему сервису.

## Создаем сообщество с максимальной конверсией

- ❖ Обложка

- ❖ Кто вы? (Статус сообщества не больше 140 знаков. Уникальное торговое предложение.

Чем вы отличаетесь от ваших конкурентов?

(секрет: поймите слабые места или

волнующие проблемы ваших пользователей и

УТП сформируется)

- ❖ Контактные данные (адрес, телефон, сайт)

**Закрепленный пост – его задача помочь пользователю сориентироваться, вызвать интерес и подписаться на группу.**

**В закрепленном посте уместны:**

**Отзывы или благодарности**

**Практические кейсы по решению сложной задачи**

**Визитная карточка организации (видео или фото формат)**

**Остальные блоки: обсуждения,  
фотографии, видео и др. можно  
переставлять как удобно.**

**Они как кубики выстраивают «пирамиду  
доверия» ваших клиентов**

**Приложения: (отзывы, рассылки, сбор пожертвований и др.)**

**Рассылки. <https://senler.ru>**

**Сенлер** - это удобная платформа для организации массовых и автоматических рассылок личных сообщений ВКонтакте от имени Ваших сообществ.

**До 150 сообщений – 0 руб.**

**До 2000 сообщений – 150 руб.**

**До 10 000 сообщений – 600 руб**



**Виджет – специальная надстройка на стене сообщества, которая делает его более эффективным.**

**SpyCat – персонализация пользователя.**

**Через этот виджет, можно: подписать на рассылку, поучаствовать в конкурсе, оформить заявку.  
В настройках этого виджета возможно выбрать один стиль из четырех**

**Через этот виджет можно отправить пользователя в фото альбом, в личные сообщения, или на важный пост.**

**Итак, сообщество оформлено,  
что дальше?**

**А дальше начинаем привлекать  
и вовлекать нужную целевую  
аудиторию**

*Целевая аудитория (целевая группа рекламного воздействия) – это множество людей, объединенных по принципу близкого отношения к предлагаемой продукции или услуги, или часть населения, до которой необходимо донести рекламное сообщение.*

## Вовлечение

**Ваше сообщество это трибуна.**

**Чем громче вы будете с этой  
трибуны кричать, тем больше  
шансов, что вас услышат.**

# На чем строится вовлечение?

- ❖ **ответы на вопросы**
- ❖ **игры**
- ❖ **сильные эмоции**
- ❖ **дискуссии**
- ❖ **внимание и признание**

## Виды вовлекающих постов

- ❖ обсуждение «острых» и проблемных тем
- ❖ просьбы поделиться опытом в той области которая не знакома
- ❖ искренние посты на заданную тему

- ❖ пост личной боли
  - ❖ обсуждение острых социальных проблем
- сегодняшней информационной повестки
- ❖ ночной чат
  - ❖ экспертный чат

❖ **советы на тему**

❖ **обычные вопросы**

❖ **игровые механики**

❖ **конкурсы и фото\видео**

**конкурсы**

❖ **о чем написать, дайте повод**

❖ **опросы**

❖ «наезд»

❖ провокация

❖ пост «Помогите»

❖ нетворкинг в комментариях



## Поднимаем вовлеченность

- ❖ **закладываем небольшой бюджет на таргет и продвигаем посты связанные с коммуникацией**
- ❖ **задаем вопрос и через пару часов выкладываем ответ**

- ❖ заранее анонсируем интересные публикации
- ❖ оставляем первый комментарий под постом
- ❖ участвуем в дискуссиях
- ❖ лайкаем ответы
- ❖ используем упоминания

**Создавайте в сообществе нужный  
эмоциональный фон, управляйте настроением  
подписчиков,**

**Определите, каким должно быть сообщество:  
доброжелательным, экспертным, резким,  
флудильным 😊**

**Определите четкие правила того, что нельзя!!!**

## БОНУС

У вас есть 10 секунд, чтобы зацепить читателя. Если вам не удалось это с первых двух предложений, то вы его потеряли.

Всегда рассказывайте истории! Не говорите долго о том, что невозможное возможно. Лучше сразу расскажите историю фермера Клиффа Янга о том, как он в 61 год выиграл ультрамарафон в 875 км.

Детали, детали, детали. Одно дело написать «Парень Люды был очень жесток, иногда даже тиран». И совсем другое: «Парень Люды любил выставить ее в 30-градусный мороз за дверь голую, чтобы она «подумала о своем поведении».

Когда рассказываете о своем продукте, описывайте пользу, а не функции.

На один небольшой пост — одна история. В одной истории — 2-3 акцента.

Помните о правиле конфликта: «Кошка села на подушку» — это не начало истории. «Кошка села на подушку собаки» — вот это настоящее начало истории».

В конце текста — не нудите с выводами. Оставьте людей на эмоциональном пике.

Выпалывайте неконкретные слова: почти, более, менее, определенно, ориентировочно. Неконкретные слова воздействуют на мозг. Он подвергает сомнениям то, что сказано.

Нет канцеляризмам! Давайте без «в данный момент», «является», «зачастую», ненужного пассивного залога и без «тд и тп»:)

Как писал Константин Паустовский: «Два прилагательных к одному существительному может позволить себе только гений». Если вы пишете «Красивый и роскошный отель», задумайтесь, нужны ли тут оба этих прилагательных?

Спасибо за внимание. Пока )))



**Ирина Шауфлер**

**Эксперт по текстам и соц. Сети ВКОтакте**

**Тел: + 7-911-181-28-77**

**<https://vk.com/groups>**

