

# SMM И МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ БАНКОВ

A man in profile, shirtless and wearing shorts, carries a surfboard under his arm on a sandy beach. The background shows the ocean and a sunset sky with warm orange and yellow tones. The text is overlaid on the image.

*Prodigi*

**DIGITAL-АГЕНТСТВО #1**

**В УКРАИНЕ \***

\* #1 В РЕЙТИНГЕ ПО БИЛЛИНГАМ ВСЕУКРАИНСКОЙ РЕКЛАМНОЙ КОАЛИЦИИ 2010-2012

\* #1 В РЕЙТИНГЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВСЕУКРАИНСКОЙ РЕКЛАМНОЙ КОАЛИЦИИ 2012



**Microsoft**



**GUERLAIN**

**P&G**



Ти вдома



ЖИТТЯ ЯСКРАВЕ



**FERRERO**



Маркетинг

в социальных медиа

86%

ПОЛЬЗУЮТСЯ СОЦСЕТЯМИ

# ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ АУДИТОРИИ

---

10 000 грн.+  
3,9% vs 1,5%

4 000 — 6 999 грн.  
23,1% vs 17,1%

7 000 — 9 999 грн.  
4,4% vs 3,7%

До 3 999 грн.  
66,3% vs 74,5%



# КАКУЮ ВЫБРАТЬ СОЦСЕТЬ?

---

- ВКонтакте — 9 млн.
- Одноклассники — 4,8 млн.
- Facebook — 2 млн.
- Twitter — 300 тыс.
- Foursquare — 110 тыс.



8-9%

ВИДЯТ ПОСТ В ЛЕНТЕ FACEBOOK

# СТРАТЕГИЯ ДЛЯ БАНКОВ

---

— КАК СДЕЛАТЬ, ЧТОБ НАС ЛАЙКАЛИ?

**ЧТОБ ВАС ЛАЙКАЛИ, НУЖНО ИМЕТЬ  
СИЛЬНЫЙ БРЕНД.**

ЧТОБ ВАС ЛАЙКАЛИ, НУЖНО ИМЕТЬ  
ИНТЕРЕСНЫЙ КОНТЕНТ.

# СТРАТЕГИЯ ДЛЯ БАНКОВ

---

- Страницы в социальных сетях — для B2C
  - Storytelling
  - Сегментирование аудитории
- Для B2B есть контекстная реклама
  - Анализ цепочки принятия решений
- Лояльность, а не продажи
- Конкурсы для любителей конкурсов



# РАБОТА С НЕГАТИВОМ

---

- Социальные сети созданы для диалога
- Ограждать себя от негатива — плохо
- Рояль в кустах
- Тролли



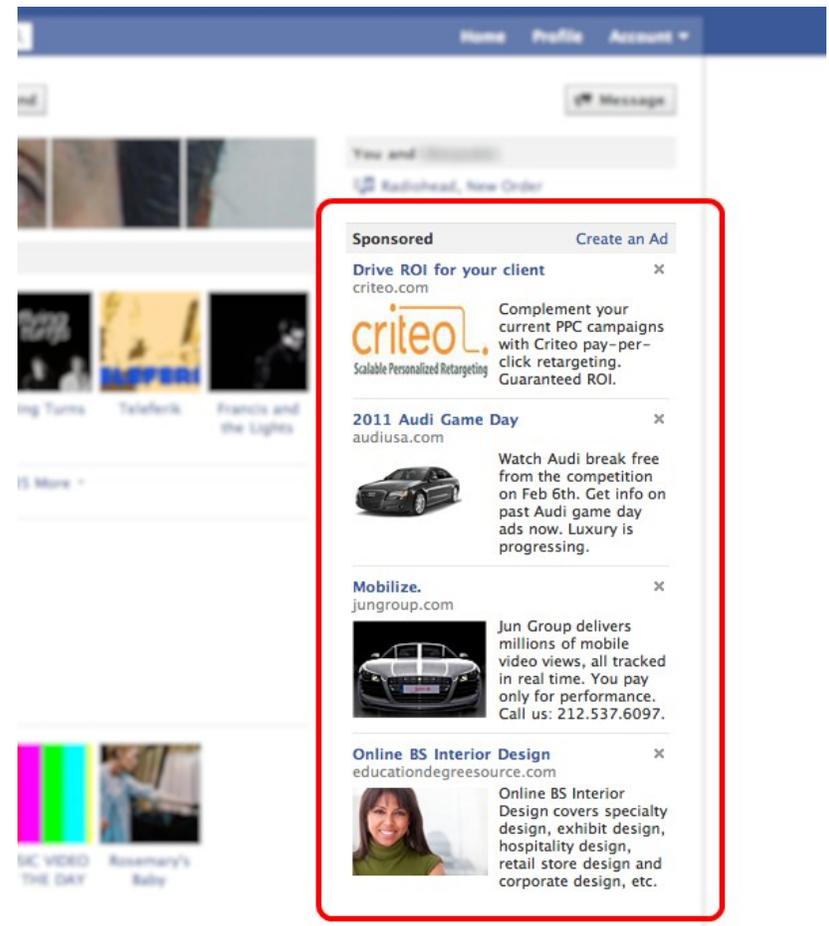
**КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА**

**В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

# КОНТЕКСТ В FACEBOOK

## Возможности таргетинга:

- Демография
- Сферы интересов
- Устройство
- Фаны/не фаны, друзья фанов
- Ретаргетинг:
  - email
  - номер мобильного
  - facebook id



# КОНТЕКСТ ВО ВКОНТАКТЕ

## Возможности таргетинга:

- Демография
- Интересы
- Любые лайки конкретных страниц
- Устройства и браузеры

The screenshot displays the VKontakte interface with a navigation menu on the left and a main content area on the right. The navigation menu includes: "Мои Сообщения", "Мои Заметки", "Мои Группы", "Мои Встречи", "Мои Настройки", and "Приложения (24)". The main content area features several targeted advertisements, with one highlighted by a red box. The highlighted ad is for "Угги со скидкой 50%" from "fashion-vk.kupivip.ru", showing a pair of red boots. Below it is an ad for "Летом в 2 раза дешевле! Купите сегодня!" and another for "На все про все" from "skbbank.ru" with a green figure icon. The bottom ad is for "Кредит в Казани" with a "Что это?" link. To the right of the ads, there is a sidebar with text: "Мы предла интернет-1 расширени информации на привле- продукции поисковых", "Наша комп- высокий ре- показать п", "Веб-сайт: http://www", "Город: Казань, Ро", "Свежие на", "Обсуждения", "7 тем", "Открытая вакансия: Аккаунт с клиентами) 1 сообщение. Последнее от Ольги (", "Открытая вакансия: Специал 1 сообщение. Последнее от Ольги (", "Летняя партнерская конфери - 1 июля, 2011) 3 сообщения. Последнее от Ольги (".





А ОНО НАМ НАДО?



6,8 МЛРД ЛЮДЕЙ В МИРЕ

4 МОБИЛЬНЫЙ ТЕЛЕФОН

3,5 ЗУБНАЯ ЩЕТКА

91%

ДЕРЖАТ МОБИЛЬНЫЙ  
НА РАССТОЯНИИ ПРОТЯНУТОЙ РУКИ

24/7

# МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ

---

14,1 млн vs 15,5 млн

23% рост



А ВСЕ-ТАКИ, ЗАЧЕМ  
ЭТО НАДО БАНКУ?



# ПРИЛОЖЕНИЕ VS САЙТ

---

## Мобильное приложение

- Несет ценность
- Day-to-day usage
- Офлайн
- Лояльность
- Фрагментация
- Обновления

## Мобильный сайт

- Поисковый трафик
- Дешевле в разработке
- HTML5
- Не только смартфоны



# МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ



# GOOGLE PLAY

---

- 650 тыс.+ приложений
- 78% — бесплатные
- 15 minutes refund policy
- Любые урезанные версии приложений
- Once free — forever free
- Приложения из сторонних источников



# В GOOGLE PLAY НЕТ РЕКЛАМЫ

ВЫБОР РЕДАКЦИИ

АВТОПОДБОРКИ

The image shows a screenshot of the Google Play Store interface. The main content area is divided into several sections, each highlighted with a dashed line and an arrow pointing to a text label:

- ВЫБОР РЕДАКЦИИ:** Points to the 'Выбор Google' (Google's Choice) section, which features a grid of recommended apps like MessageMe, God of Blades, Pocket Casts, and SAMURAI vs ZOMBIE...
- АВТОПОДБОРКИ:** Points to the 'Рекомендуем' (Recommend) section, which displays a carousel of apps such as 'Цвет всплеск эфф...', 'iCan weight manager', and 'Glowball: Tegra 3 O...'
- Other sections:** 'Топ платных' (Top Paid), 'Топ бесплатных' (Top Free), 'Бестселлеры' (Bestsellers), 'Топ новых платных' (Top New Paid), 'Топ новых бесплатных' (Top New Free), 'Набирающие популярность' (Rising Stars), and 'Самые продаваемые игры' (Top Selling Games).

# APP STORE

---

- 800 тыс.+ игр и приложений
- 57% бесплатные
- Нет украинского iTunes App Store
- Плотная модерация
  - Guidelines
  - No trial and demo versions
- Enterprise-распространение



# В APP STORE НЕТ РЕКЛАМЫ

АВТОПОДБОРКИ



ВЫБОР  
РЕДАКЦИИ



idigi

**ЧТО ЖЕ ДЕЛАТЬ?**

# ВНУТРЕННЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ

- Эффективное описание
- Оптимизация под поиск
- Иконка



# ТОП APP STORE

---

ЗАГРУЗКИ ЗА СЕГОДНЯ x 8

+

ЗАГРУЗКИ ЗА ВЧЕРА x 4

+

ЗАГРУЗКИ ЗА ПОЗАВЧЕРА x 2

+

ЗАГРУЗКИ ЗА ПОЗАПОЗАВЧЕРА



# ВНУТРЕННЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

---

- Контент-стратегия для социальных сетей
- Интеграция с сайтом
  - Уведомления при заходе со смартфона
- Офлайн
  - Полиграфия
  - Стенды, растяжки



**ВНЕШНЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ**



# ВНЕШНЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

- PR
  - размещение обзоров
  - работа с тематическими сообществами и лидерами мнений
- Интернет-реклама
  - в других приложениях
  - контекстная реклама



# ЧТО ЭФФЕКТИВНЕЕ?

---

## МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА

VS

ОНЛАЙН-РЕКЛАМА

Мобильная реклама в 4-5 раз эффективнее онлайн-рекламы по следующим показателям:

- Расположенность к бренду
- Знание о бренде
- Намерение сделать покупку



# РЕКЛАМА В ДРУГИХ ПРИЛОЖЕНИЯХ



admob

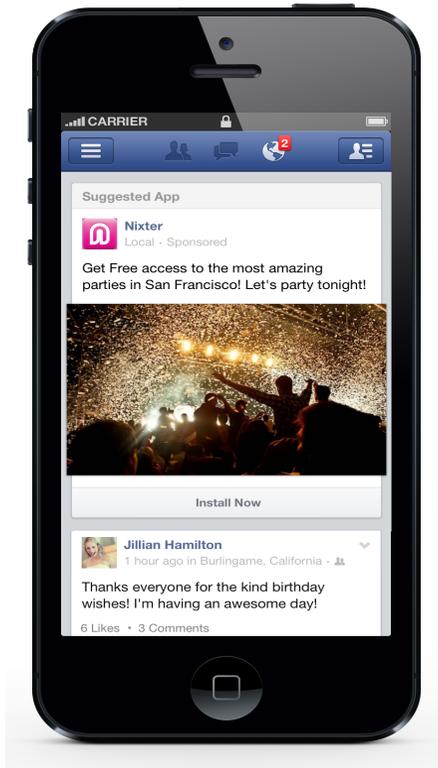


airpush

adfonic  
mobile advertising

TRADEMOB  
prodigi

# КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

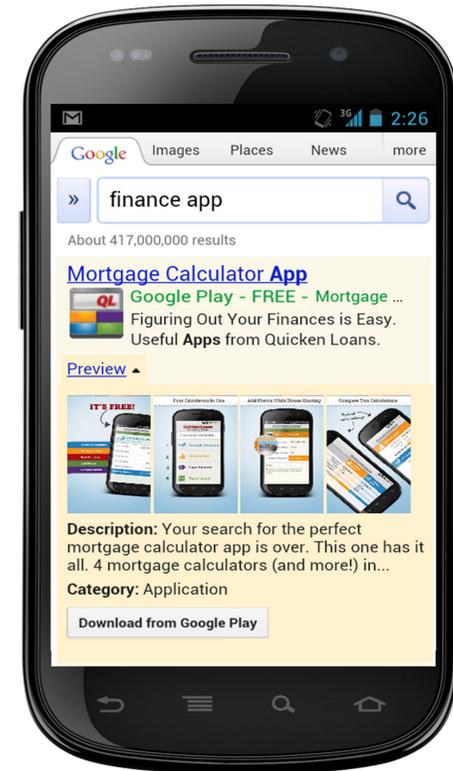


## Facebook

- таргетинг по оператору
- по устройству/платформе
- по интересам
- по демографии

## Google

- по ключевым словам
- по устройствам



IN-HOUSE или



ПОДРЯД?

# ХОРОШИЙ КОНКУРС

---

- Четкие требования и критерии
- Стратегия-отдельно
- Бизнес-цели



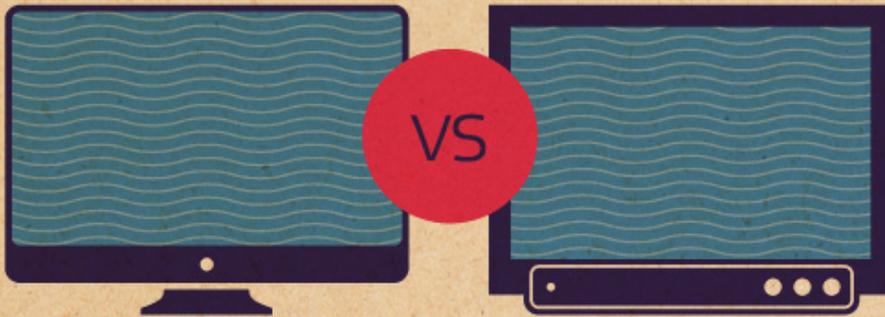
# prodigiagency.com/digest

## Уанет



**13 млн** украинцев пользуются интернетом каждый день

**15,5 млн** месячная аудитория Уанета.



Интернет почти сравнялся с ТВ по еженедельному времени использования - **20 против 21,7 часов.**



"Вконтакте" и "Скачать"



- самые популярные запросы к поисковым системам в Украине.

# КОГДА АНАЛИЗ ПРОВЕДЕН НЕВЕРНО

«Привет, мы дешевое пиво. Наша ЦА коммуникации – молодые активные пользователи интернета 18-25 лет, студенты или молодые специалисты».



А вы уверены, что они не выглядят так?

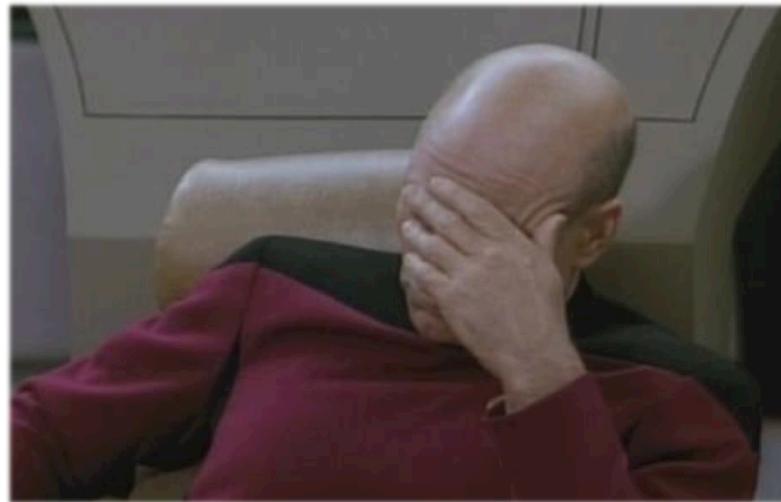


# КОГДА ИНСТРУМЕНТЫ ПОДОБРАНЫ НЕВЕРНО

---

«Привет, мы диетический  
сахарозаменитель, сделайте  
нам SMM!»

...



# СПАСИБО!

---

Влад Андрусенко

Product Manager at Prodigy Digital Agency

[linkedin.com/in/andrussenko](https://www.linkedin.com/in/andrussenko)

[vlad.andrusenko@prodigiagency.com](mailto:vlad.andrusenko@prodigiagency.com)

Скачать презентацию без регистрации без смс:

[slideshare.net/readOnly](https://www.slideshare.net/readOnly)