



РЕКЛАМА ОНЛАЙН

Социальные сети

По статистике, трафик из соцсетей давно превышает трафик поисковых систем: люди ищут и находят там все, что им нужно. Именно поэтому ваш бизнес должен присутствовать в соцсетях, где ежедневно обитают миллионы людей и есть их анкеты с личной информацией. Там вы без труда найдете множество потенциальных клиентов! Как это делать, рассказано ниже.

YouTube

Краткое описание канала

Согласно легенде, неоднократно пересказываемой на множестве ресурсов, история всемирно известного сервиса началась очень просто. В январе 2005 года приятели Стив и Чад хотели разослать друзьям видео, снятое на вечеринке. Однако сделать это оказалось непросто: файл был слишком велик для отправки почтой, а разместить его в Интернете не представлялось возможным. Так возникла гениальная в своей простоте идея: сделать онлайн-сервис, где каждый смог бы разместить небольшой видеоролик, который затем посмотрят все желающие. Чад поделился идеей со своими коллегами Ченом и Каримом, и уже 14 февраля 2005 года парни зарегистрировали домен YouTube.com и вплотную приступили к созданию сайта. 23 апреля на нем выложили первое видео продолжительностью 19 секунд. А уже через 11 месяцев сайт стал одним из самых популярных ресурсов. Кто бы знал, что еще пару лет, и Google оценит проект в \$1,6 млрд! Толчком к росту посещаемости YouTube стал ежедневный розыгрыш плееров iPod Nano 4Gb, который организовали на средства инвесторов: количество посещений ресурса с декабрьских 50 млн в день выросло до 250 млн в ян-

варе 2006 года. Этому способствовала и загрузка видеоклипа, показанного в очередном выпуске музыкально-юмористической передачи Saturday Night Live на канале NBC. Сегодня YouTube — третий в мире сайт по популярности, после Google и Facebook.

21 декабря 2012 года впервые в истории YouTube и Интернета количество просмотров одного видеоклипа превысило 1 млрд. Лидером стала запись Gangnam Style южно-корейского исполнителя PSY.

Российская версия YouTube (ru.youtube.com) открылась 14 ноября 2007 года клипом Петра Налича «Гитар». Этот клип до сих пор висит на сайте.

Не многие знают, что YouTube — это социальная сеть, там люди общаются, обмениваются видео, что-то обсуждают, добавляют контакты и отправляют сообщения. Есть и группы по интересам — каналы, на которые подписываешься и получаешь видео по мере его поступления. Это главный маркетинговый инструмент на YouTube для продвижения.

У кого из вас есть свой канал на YouTube? Думаете, оно вам не надо?! Докажем обратное! Чем хорош YouTube для работы с клиентами?

Многие заявляют: «Мы — профессионалы», «Много лет работаем на рынке», «Имеем огромный опыт» и т. д. Как доказать, что вы — профессионал? Потребитель давно ничему не верит, даже картинкам и фотографиям (их легко нарисовать в фотошопе или откуда-то взять). Можно только показать свою деятельность. Видео — лучшее доказательство, люди ему верят. Поэтому видео на YouTube очень хорошо работает и отлично продает.

Какой контент и информацию можно туда выкладывать? Анонс ваших товаров и услуг — раз. Полезные советы — два.

Отзывы довольных клиентов — три. Можно давать уроки и обзоры, консультировать и т. д.

Клиент всегда сомневается, в последнее время особенно сильно. Мы ему говорим: «Приди к нам на канал и посмотри, как и что мы делаем!» Например, на наших диванах прыгают, а они не ломаются. Мы даем гарантию — и клиенты верят.

Видео гораздо лучше фото, которое ушло в прошлое.

Основные преимущества:

- ◆ бесплатный канал (на 100 % бесплатный, но за качественно снятое видео придется заплатить);
- ◆ огромный людской трафик (YouTube — третий в мире сайт по посещаемости, там бывает уйма разного народа);
- ◆ простота инструмента (после последних обновлений YouTube превратился в восхитительный, понятный и доступный инструмент с функциями видеомонтажа и титров, понятным интерфейсом и даже видеоконференциями — все для людей!);
- ◆ высокая индексируемость в поисковиках (поисковик ищет не только в словах, но и в картинках, и в видео, а в видео часто нет конкуренции — вы можете с легкостью выйти на первое место);
- ◆ интерес пользователей (видео людям пока интересно, их уже утомили чаты и форумы, стали надоедать социальные сети. YouTube набирает количество просмотров из года в года. Значит, его популярность растет).

Мы не видим у YouTube недостатков, кроме необходимости детального сегментирования целевой аудитории, как это можно сделать в соцсетях. Этим каналом обязательно надо пользоваться! Зайдите и посмотрите, как оформлен наш канал на YouTube: www.youtube.com/salereklama.

Фишка

Если вы возьмете чужую музыку, вас забанят. Сделаете это два раза — забанят навсегда и канал закроют. С авторскими правами там жестко. Как вычисляют? Как-то вычисляют, есть технология. У меня (Сергея Белого) был такой опыт: вроде и мелодию взял неизвестную, а все равно ограничение по прокату наложили. Так что с музыкой аккуратнее!

Таргетинговая реклама

Краткое описание канала

Таргетинг (от англ. target — «цель») — это рекламный механизм, который позволяет выделить из всей имеющейся аудитории целевую часть и показать рекламу именно ей.

Благодаря тому, что люди в социальных сетях размещают личную информацию о себе: дату рождения, место жительства, работы и учебы, хобби, любимые фильмы и т. д., легко выбрать именно тех клиентов, которые вам нужны, и рекламировать информацию о своих предложениях только им, исключив лишних.

Сервисы по размещению таргетинговой рекламы предоставляют все основные социальные сети. Мы рассмотрим механизм на примере «ВКонтакте». Таргетинговая реклама в данной сети — это объявления на вашей странице, которые выводятся слева, сразу под панелью управления.

Принцип работы аналогичен вышеперечисленным способам. Вы создаете страницу на сайте или группе в соцсети, на которой описываете свое предложение в максимально выгодном свете, и в конце говорите клиенту, что ему нужно сделать, чтобы этим

предложением воспользоваться (кнопка «Заказать сейчас» или «Позвоните нам по телефону и закажите прямо сейчас» и т. д.).

Дальше вы открываете свою страницу «ВКонтакте», переходите в раздел «Реклама» и там создаете объявление, содержащее заголовок, подзаголовок и картинку. Принцип создания рассмотрим ниже.

Отличным примером привлечения клиентов через соцсети являются наши клиенты, владельцы «Антикафе» — это кафе, в котором платят не за блюда и напитки, а за время, проведенное там. Напитки и блюда можно приносить с собой, бесплатно предоставляются чай, кофе и различные вкусности. В кафе бесплатный Wi-Fi, настольные игры, игровые приставки и регулярная развлекательная программа.

Многие хотели бы отпраздновать день рождения в кафе, но не у всех есть на это деньги. А при использовании политики оплаты времени стоимость дня рождения значительно снижается. Клиенты могут приготовить блюда для праздничного стола дома и все принести с собой.

Для привлечения клиентов «Антикафе» использовали таргетинговую рекламу «ВКонтакте». Заголовок: «Не знаете, где отпраздновать день рождения?», подзаголовок: «Отметьте свой главный день в нашем кафе по самым лучшим ценам!» и картинка с тортиком.

Такое сообщение показывалось лишь тем, у кого день рождения через семь дней, считая с даты организации рекламы. Люди переходили на продающую страницу, где описывались преимущества проведения дня рождения в «Антикафе», и заказывали праздник. Из 10 клиентов, пришедших по ссылке, один человек делал заказ. Стоимость клика — около 5 рублей, а средний чек со дня рождения — 2400. Итак, чтобы заработать 2400, владельцы кафе потратили всего 50 рублей. Отличная инвестиция!

Основные преимущества:

- ◆ позволяет точно выбирать целевую аудиторию;
- ◆ оплата рекламы происходит либо за переход по вашей ссылке, ведущей на страницу, либо за количество показов;
- ◆ автоматически предоставляет полную статистику по эффективности рекламы.

Основные элементы таргетинговой рекламы:

1. Заголовок (описывает проблему клиента).
2. Картинка (привлекает внимание и совпадает по смыслу с заголовком).
3. Подзаголовок (описывает решение проблемы в одном предложении).

Как размещать

Заходите на свою страницу в сети «ВКонтакте», переходите в раздел «Мои настройки», в самом низу страницы нажимаете на ссылку «Реклама», в открывшемся меню — на кнопку «Создать объявление» и настраиваете рекламу по необходимым параметрам. Там все интуитивно понятно, проблем не должно возникнуть.

Единственное, что нужно отметить, — стоимость клика. Выбирайте ее, исходя из рекомендованной цены, в противном случае ваши объявления будут показываться очень редко. Чем ниже стоимость, тем реже показывается объявление.

После выбора всех настроек кладете деньги на счет «ВКонтакте» и запускаете рекламу!

Главное — не забудьте сделать хорошую продающую страницу, используя рекомендации глав «Печатные издания» и «Полиграфия». Ваша страница в Интернете — это та же листовка или рекламная статья, только динамическая.

И не забудьте правильно определить вашу целевую аудиторию. Как это сделать, рассказано в первом разделе книги.