

**PR News**

ЛИДИРУЮЩАЯ КОМПАНИЯ В ОБЛАСТИ  
ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИЙ

# ДИАЛОГ БРЕНДА С АУДИТОРИЯМИ: МОЖНО ЛИ ОЦИФРОВАТЬ?

Глазова Л.И., PR News





**ОТ ЗНАНИЯ К МОТИВАЦИИ**

**ОТ ПЕРВОГО ЗНАКОМСТВА К ДОВЕРИЮ**



# О ТОМ ЖЕ НА ЯЗЫКЕ ПСИХОЛОГИИ

## ПЕРЦЕПТИВНЫЙ «ПУТЬ» ПОТРЕБИТЕЛЯ

**ВНИМАНИЕ**

**РАСКОДИРОВАНИЕ**

**ХРАНЕНИЕ**

**ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ**

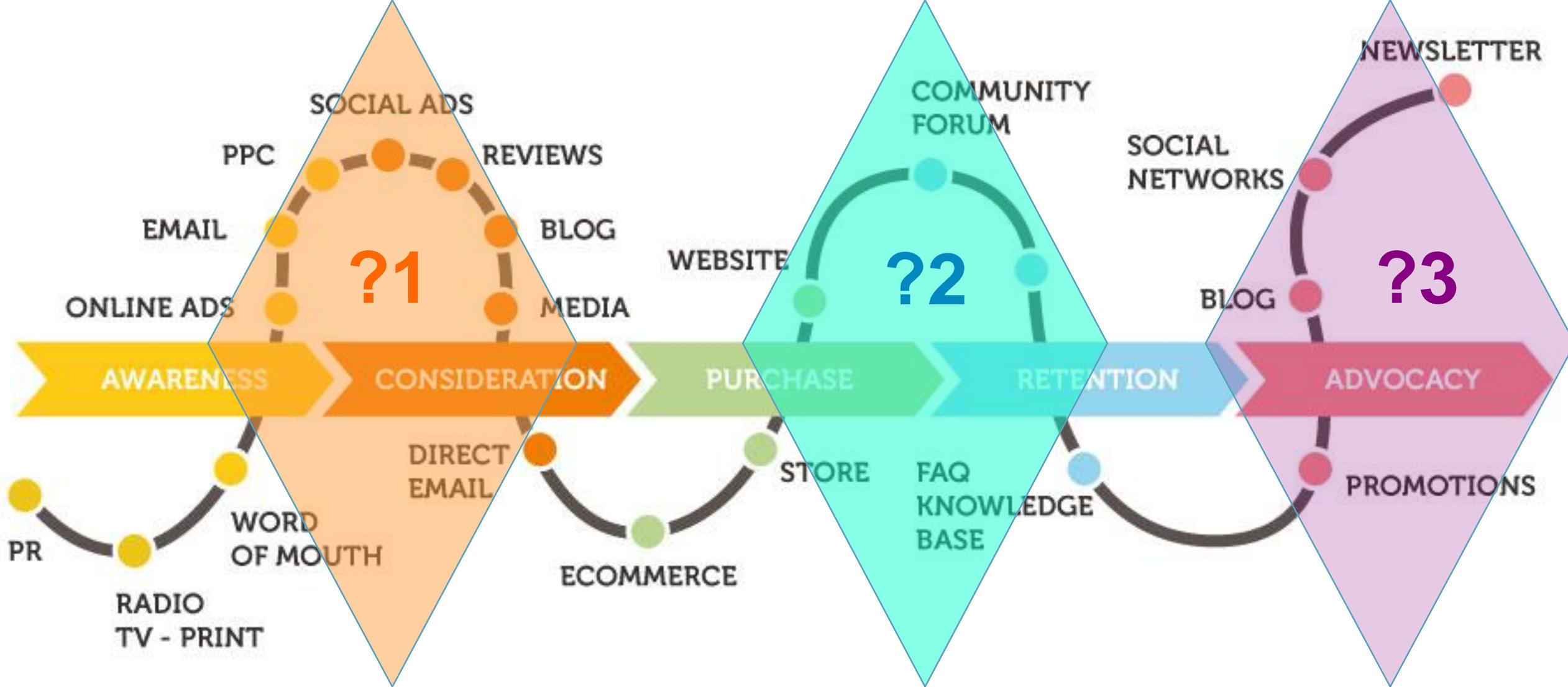
Обеспечивается заметностью объекта, частотой появления, широтой присутствия; релевантностью аудитории

Релевантные ЦА:

- язык
- формат
- канал трансляции
- содержание (km)

Хранимая в сознании аудитории информация имеет потенциал к воспроизведению при условии последовательности ее подачи

Максимальная степень вовлеченности – предполагает наличие обратной реакции, действия

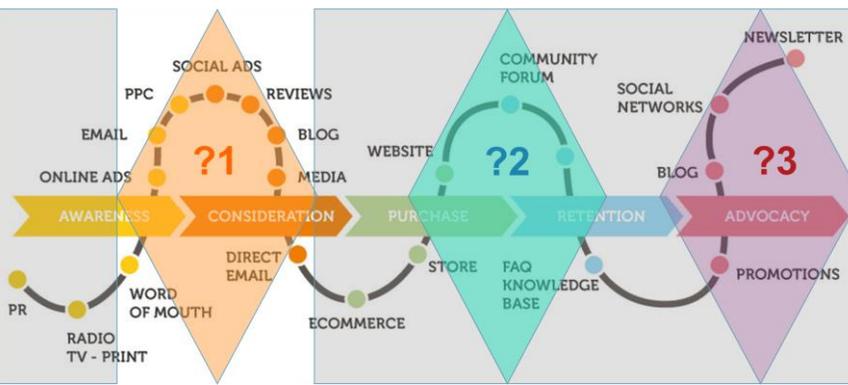


# ПУТЕВЫЕ ЗАМЕТКИ АНАЛИТИКА

# Акт 1. Бренды заигрывают: приглашение в совместное путешествие

# ?1

- Вопросы, которые задает потребитель: *что я от вас «поимею», чем вы полезны мне?*
- Действия, которые мы отслеживаем, чтобы понять, принято ли «приглашение»: реакция в социальных сетях, репосты, лайки



# КЕЙС: REAL TIME PR

## #THEDRESS



What color is that dress? I see white & gold. Kanye sees black & blue, who is color blind?

RETWEETS: 20,099 FAVORITES: 32,120

11:41 PM - 26 Feb 2015

 1790%

 1226%

 225%

## #1АПРЕЛЯ



Introducing Gluten-Free Skype. It's a new way... Eh forget it. #AprilFools #NotDoingItThisYear

546 RETWEETS 619 FAVORITES

 167%

 290%

## #GOT\_SEASON5



Winter is coming. Are you prepared? We are. #winteriscoming #GoTSeason5

56 RETWEETS 25 FAVORITES

 786%

 672%

 81%

## #3АТМЕНИЕ



Désolé. #eclipse2015

300 RETWEETS 155 FAVORITES

 458%

 597%

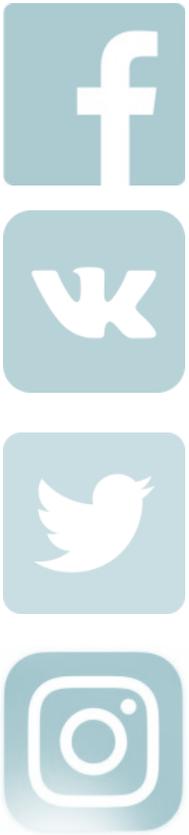
 79%

 **+1 417%**

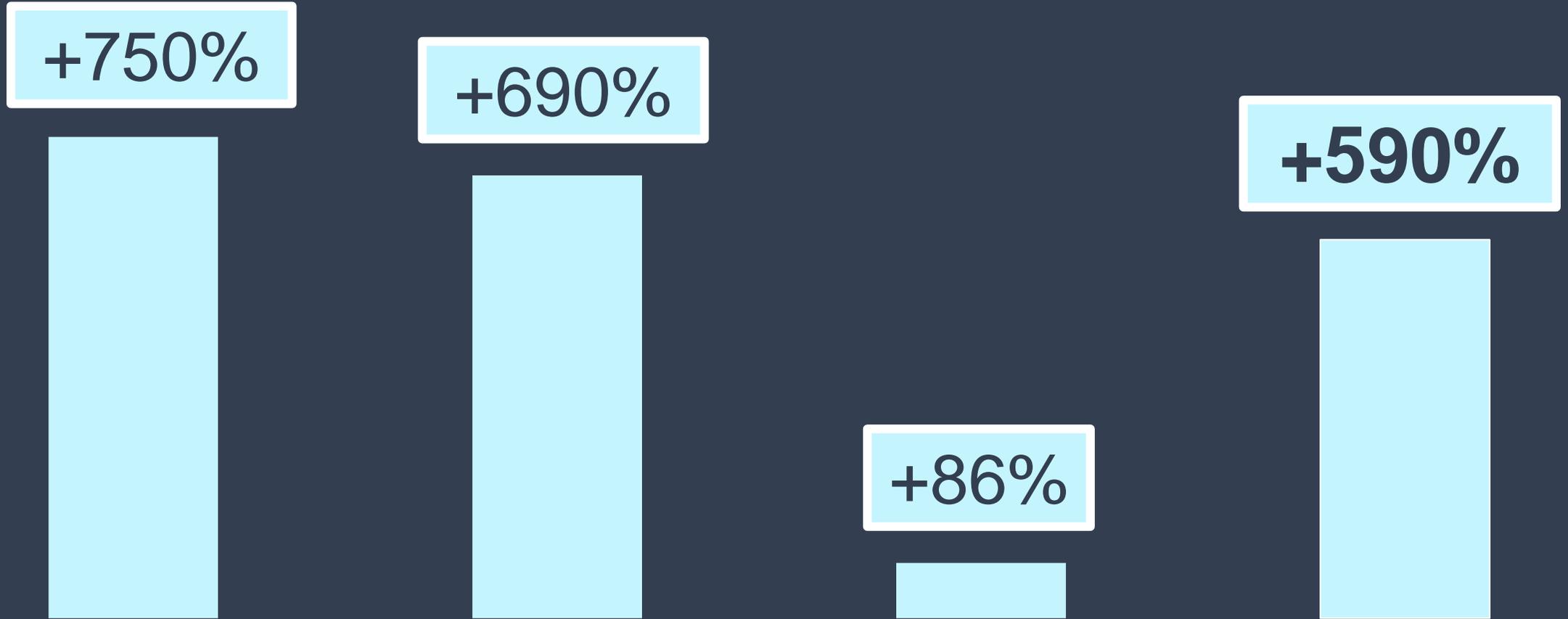
**+663%**

**+533%**

**+184%**



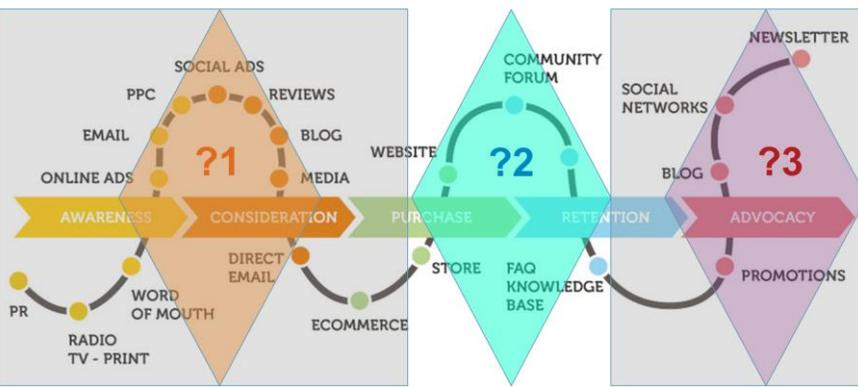
# КЕЙС: REAL TIME PR



# Акт 2. Бренды стараются оправдать наши авансы

# ??

- Вопросы, которые задает потребитель: *есть ли смысл двигаться дальше вместе? Может, есть кто-то лучше тебя? Удиви меня*
- Действия, которые мы отслеживаем: интеграция ключевых сообщений в сознание, изменение трафика посещаемости и пр.





Традиционные  
СМИ  
6 176



Социальные  
медиа  
21 519

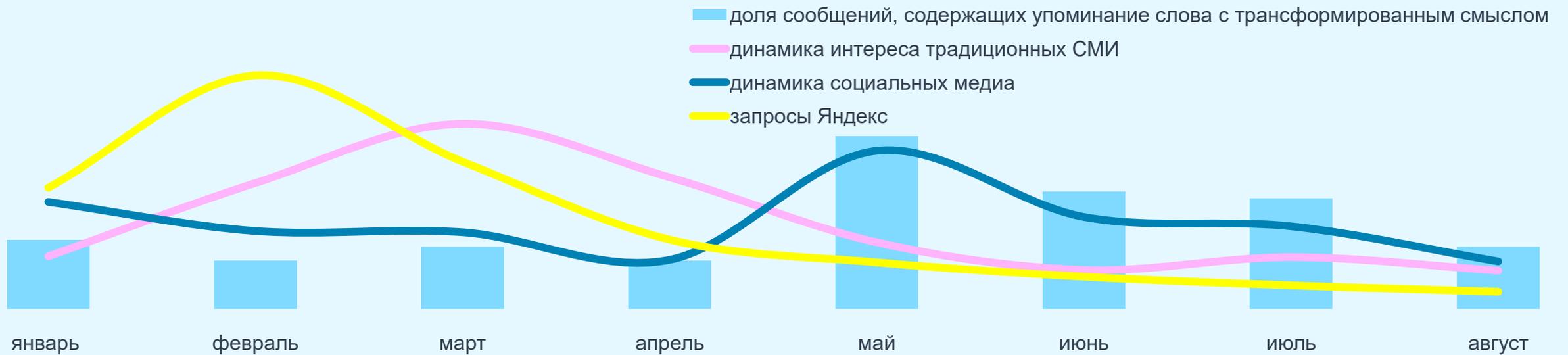


Запросы  
Яндекс  
13 776 707



«На лабутенах»

2016, Исследование PR News & Yandex



Актуализация  
темы донора

Инкубационный период,  
созревание мема, рождение

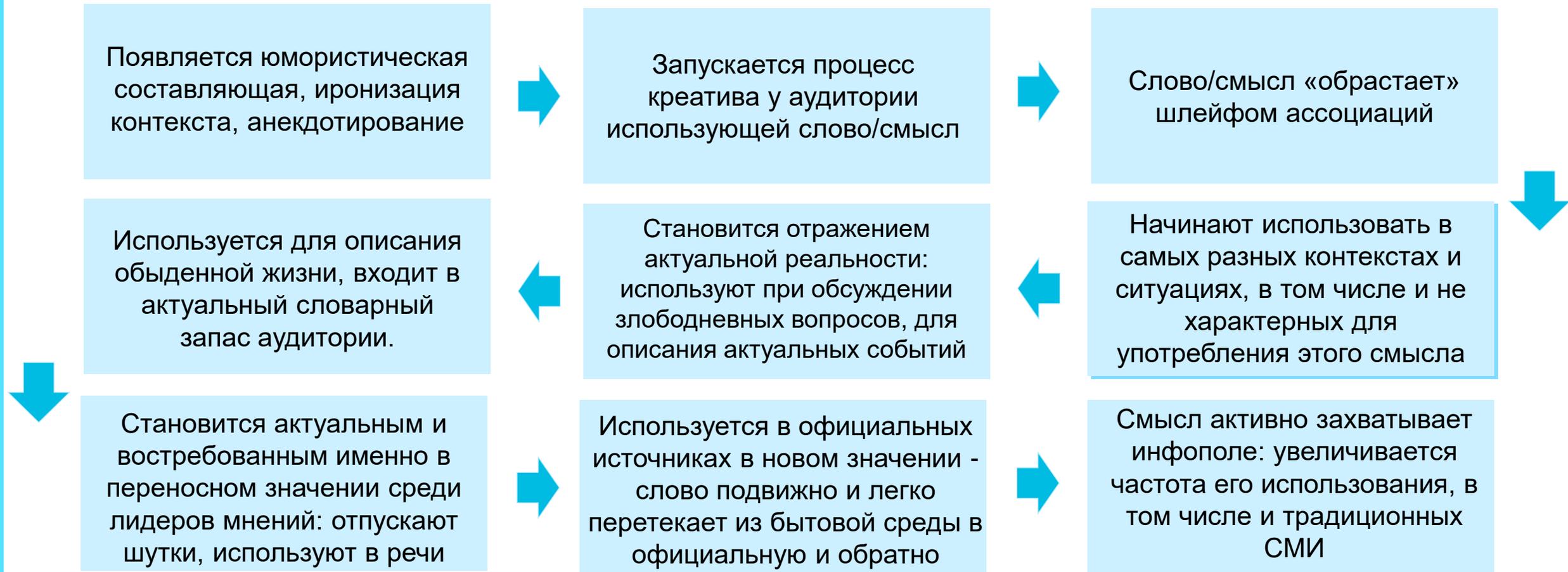
Распространение и  
репликация

Взлет и пик актуальности захват

Взросление

# КЕЙС: МЕМИФИКАЦИЯ

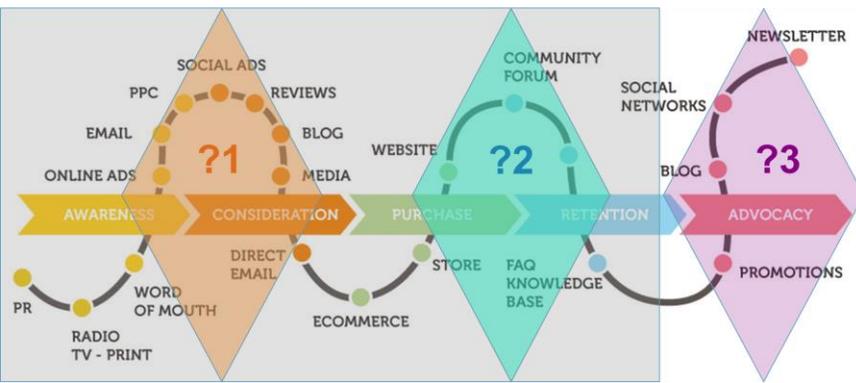
*Условия мемификации – признаки появления мема*



# Акт 3. Бренды вовлекают в свою жизнедеятельность, приглашают «дружить семьями» (ДОВЕРИЕ - МОТИВАЦИЯ)

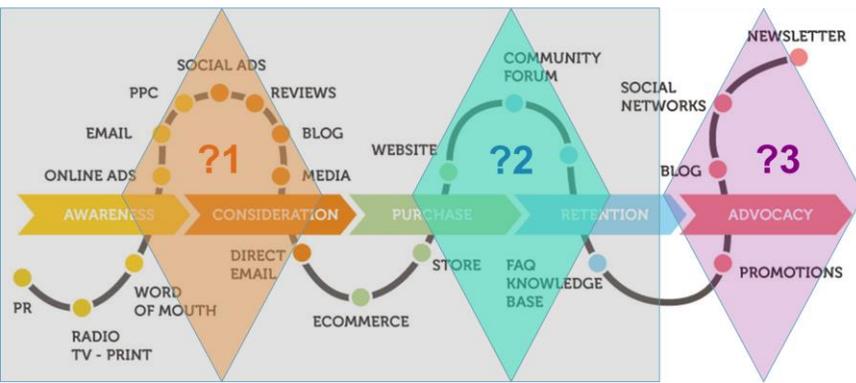
# ?3

- Вопросы, которые задает компания:  
*чем я могу быть полезна? Что я могу сделать, чтобы стать лучше, ближе?*
- Вопросы, которые задает потребитель/партнер:  
*чем компания (уже не бренд) ценна для меня? Меняюсь ли я к лучшему вместе с ней?*
- Действия, которые мы отслеживаем:  
степень интеграции образа в систему мотивов и ценностей ЦА. Поисковый аудит.



# Вопросы поискового аудита

Компанию / бренд должны любить за то, что ...  
Чего хочет аудитория и еще не предложили конкуренты ....



## Внешние аудитории:

Система проективных вопросов:

Завершите предложения :

«XX- это ...»

«XX в прошлом...»

«XX в настоящем ...»

«XX в будущем...»

Первые мысли, образы, ассоциации.

## Внешние аудитории:

От чего зависит комфортность взаимоотношения с компанией?

Что бы вы порекомендовали компании, руководству, для улучшения продукта/сервиса, репутации?

## Внутренние аудитории:

Что думают потребители о XX?

Кто вы для партнеров? Для бизнес-сообщества? Для власти? Для инвесторов и акционеров?

XX для конкурентов - это ...

## Внешние аудитории:

Посоветовали бы Вы своим знакомых, коллегам, партнерам обратиться в компанию XX? (с какой вероятностью)

Если бы вы были руководителем компании, какие действия вы бы предприняли?

Ценности  
аудитории  
=?  
Ценности  
компании

## ВНУТРЕННЕЕ ВОСПРИЯТИЕ



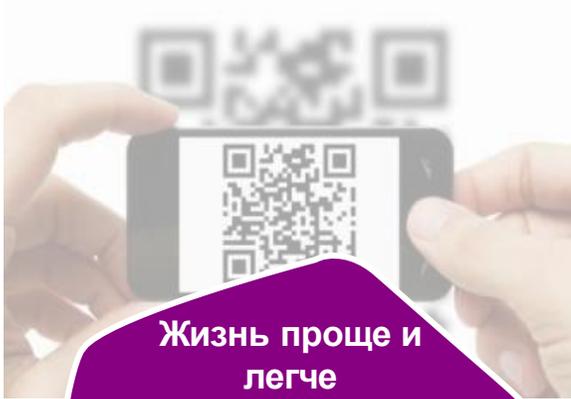
- Внутренняя аудитория [цитата]:  
«Для меня моя компания - ... Это интеллигентный парень, который держит со всеми хорошие отношения, яркий, остроумный. Он может помочь, если надо. Он не будет себя навязывать».

## ВНЕШНЕЕ ВОСПРИЯТИЕ



Внешняя аудитория [цитата]:  
«...такой деревенский парень, он надел на себя смокинг, и так ему некомф ортно, он так ему не соответствует. Он пытается среди дядек больших тоже в этом смокинге ходить, а как-то еще пока не получается»

# КЕЙС: СОВЕТЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ – ЧТО СДЕЛАТЬ?

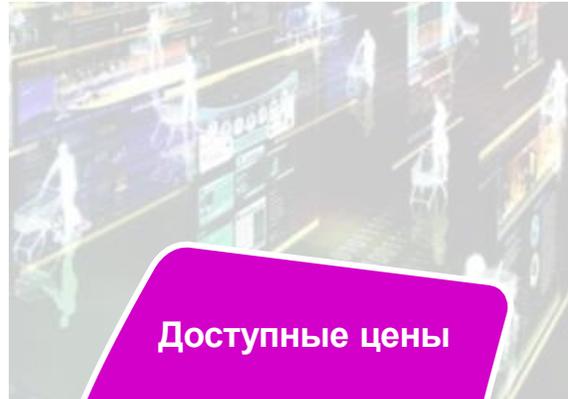


Жизнь проще и легче

1

**Борьба с рутинной** – технологии будущего, которые делают жизнь проще и легче. Что-то яркое и «хайповое»

- помогаем вам обрести будущее. С нами вы будете меняться к лучшему. Наши инновации бесконечны. С нами вы творите историю.
- направлен на развитие будущего, новые технологии, которые способствуют разнообразию обыденности
- использование продуктов/услуг сильно облегчит жизнь в быту и сэкономит время и нервы на обычные рутинные задачи. Позволит проводить больше времени за любимым занятием
- автоматизируем рутину, решить до этого нерешаемые проблемы

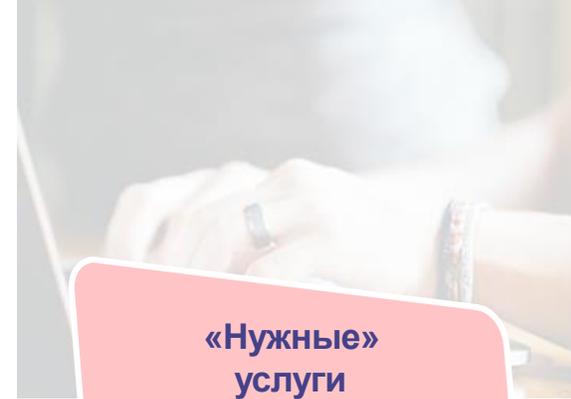


Доступные цены

2

Цены, которые отличаются от обычных – доступные, честные, прозрачные

- ориентируемся на клиента, рекламируем не навязчиво, цены не высокие
- людям должно быть выгодно перейти в новую компанию, дешёвые тарифы
- прозрачная и честная стоимость - то, чего сегодня нет
- гибкие цены, различные акции и скидки
- стоит затронуть цену, как можно больше акционных предложений рассказать о них

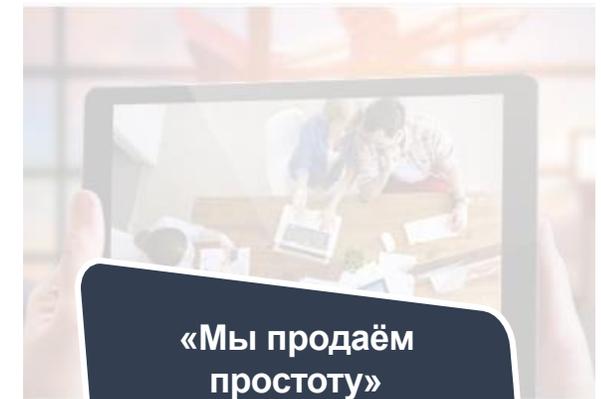


«Нужные» услуги

3

Нужные услуги, удовлетворяющие ваши потребности

- самое главное, это рассказать о том, какие потребности и нужды клиента моя компания сможет удовлетворить, чем она может быть полезна клиенту... рассказать клиенту, почему без услуг моей компании жизнь его окажется трудна и чуточку скучнее
- отличия от обычных нецифровых компаний и почему, мы будем полезны людям.
- быть актуальными, знать потребности клиентов. Предложить продукт, который будет лучше удовлетворять клиентов, чем конкуренты
- наша компания обещает честный и прозрачный бизнес направленный на удовлетворение всех ваших потребностей



«Мы продаём простоту»

4

Простота, удобство и доступность

- простота в использовании данного цифрового продукта
- описать доступным языком все преимущества именно этой компании по сравнению с аналогичными, озвучить все условия, чтобы не появилось "подводных камней".
- наша компания лучше, потому что быстрее и удобнее, чем другие, работающие в этой области по-старинке
- мы облегчим вашу жизнь, сделаем её более простой и удобной, показать продукт лицом

Вопрос : Представьте ситуацию: Вы или Ваш знакомый открываете ... компанию. Вам нужно рассказать жителям своего города о Вашей компании. Какие главные слова надо сказать, какие действия предпринять, чтобы привлечь клиентов?

# КЕЙС: РЕКОМЕНДАЦИИ БИЗНЕС-СРЕДЫ



Какой продукт?



Что нужно делать?



Ожидаемый результат



**ОТ ЗНАНИЯ К МОТИВАЦИИ**

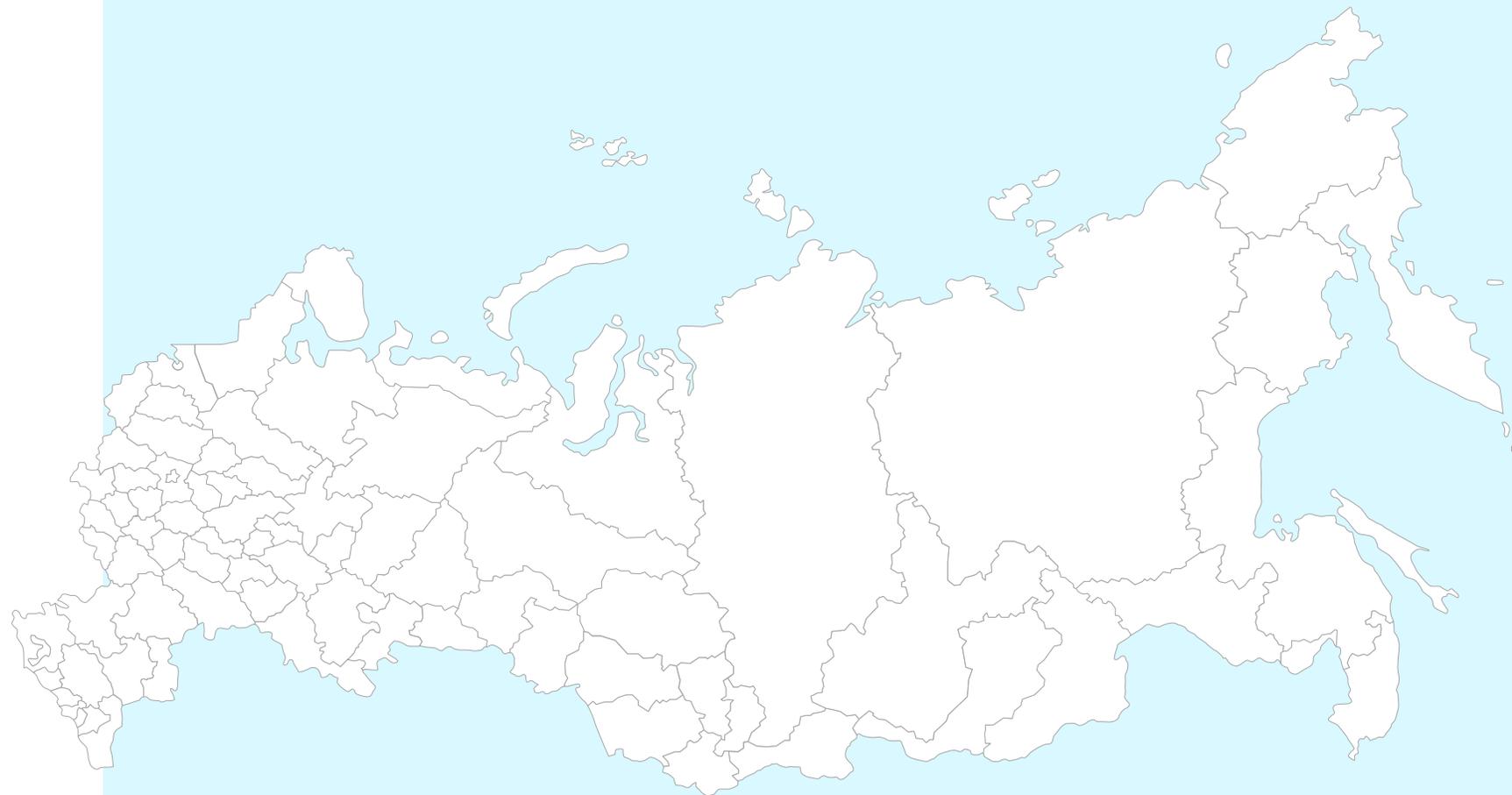
**ОТ ПЕРВОГО ЗНАКОМСТВА К ДОВЕРИЮ**

# PR NEWS

PR News – эксперт в области коммуникационных исследований, мониторинга и аналитики медиaprостранства. Компания работает на рынке с 2006 года и предоставляет полный комплекс услуг по мониторингу СМИ, медиааналитике, коммуникационным исследованиям и консалтингу.

В 2016 году PR News отметила свой 10-летний юбилей. За годы работы компания проделала огромный путь и успешное развитие бизнеса стало возможным благодаря постоянному совершенствованию качества услуг, наращиванию экспертизы по различным отраслям и методам работы, использованию передовых технологий сбора и анализа данных, индивидуальному подходу к каждому клиенту.

PR News – единственная компания на российском рынке, входящая в состав двух международных ассоциаций по оценке коммуникаций и медиаизмерениям: [FIBER](#) и [AMEC](#)



**PR News Communication research company**

**119034, г. Москва, Соймоновский проезд д. 7, стр. 1, подъезд 2, 2 этаж, офис 27.**

**Телефон: +7 (495) 789-42-59**

**E-mail: [contact@prnews.ru](mailto:contact@prnews.ru)**

**<http://prnews.ru/>**