

Брендинг территорий в социальных сетях посредством продвижения мероприятий



PR News

ЛИДИРУЮЩАЯ РОССИЙСКАЯ КОМПАНИЯ В ОБЛАСТИ
КОММУНИКАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

О себе



Ли́лия Глазо́ва, генеральный директор компании PR News

prnews

#businessdevelopment

#management#sales

#clientservice

#socialmedia

#socialmediamonitoring

#socialmediaanalysis

О компании



500000 –

среднее количество статей, которые мы предоставляем клиентам в течение года.



БОЛЕЕ 400

наименований изданий содержит собственный архив PR News.



БОЛЕЕ 100

проектов в месяц мы реализуем для наших клиентов.



Около 300

отраслевых мероприятий мы поддержали в качестве информационного партнера.



49% КЛИЕНТОВ

сотрудничают с нами более 3 лет.



БОЛЕЕ 60

сотрудников составляют штат компании

Ассоциации

International Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC) с 2010 года

FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse/International Federation of the Press Clipping Services) с 2011 года

АКОС (Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью) с 2014 года



amec

FIBEP



AKOS

Брендинг территорий. Цели

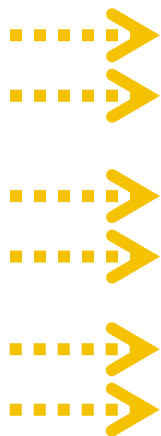


Брендинг территорий

Объекты продвижения



- Город
- Регион
- Страна
- Географическое/ национальное/ этническое (Сибирь, Урал, ханты, якуты)



Разработка и продвижение бренда

БРЕНД



KEY MESSAGE 1

KEY MESSAGE 2

KEY MESSAGE 3

Каналы продвижения

Event



ТВ-ролики



Конкурсы,
розыгрыши



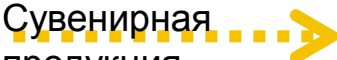
Брендирование
городской среды



Кампания в
социальных медиа



Сувенирная
продукция



- ✓ Узнаваемость
- ✓ Лояльность

Почему Event?



Широкий охват целевых аудиторий (власти, СМИ, бизнес, туристы, население)



Разнообразие инструментов продвижения



Привлечение «лидеров мнения»



Экономическая целесообразность

Event для продвижения территории

- Городской праздник (День Города, исторические даты, общероссийские праздники)
- Спорт (матч местной команды, марафон)
- Тематические фестивали, форумы, конференции
- Разовые акции (флешмоб, арт-перформанс,)
- Конкурсы, розыгрыши



Социальные медиа в продвижении event

■ Привлечение посетителей (группы, встречи публички: как собственные, так и локальные сообщества)

■ Привлечение участников/спонсоров

■ Площадка для обсуждения, обратная связь от аудитории

■ Реклама (через площадку или другие сообщества)

■ Дополнительные инструменты продвижения:

- Конкурсы, розыгрыши
- Фото/видео потоки

Продвижение города

Кейс 1. Платоновский фестиваль искусств

Объект: Воронеж, Воронежская область

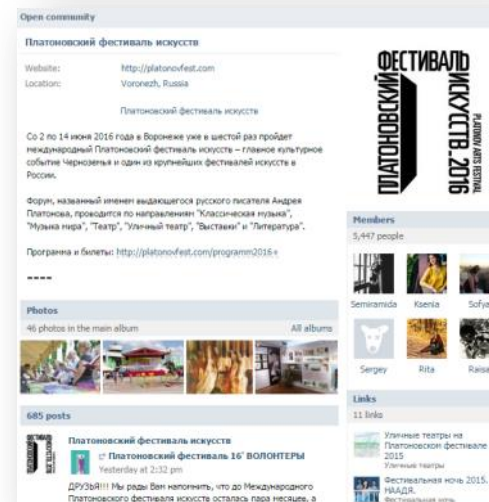
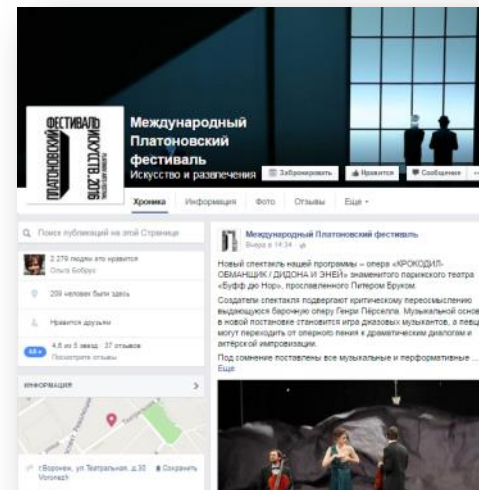
Субъект: Правительство Воронежской области,
Администрация города Воронежа

Площадка: VK, Facebook

Key message: Главное культурное событие
Черноземья и один из крупнейших фестивалей
искусств в России

Результаты:

- ✓ Более 70 тыс. посетителей
- ✓ Более 20 компаний-партнеров, как местного бизнеса, так и федеральные/зарубежные спонсоры
- ✓ Информационные партнеры – крупные федеральные СМИ (Россия K, RG.RU, Комсомольская правда)



Продвижение города

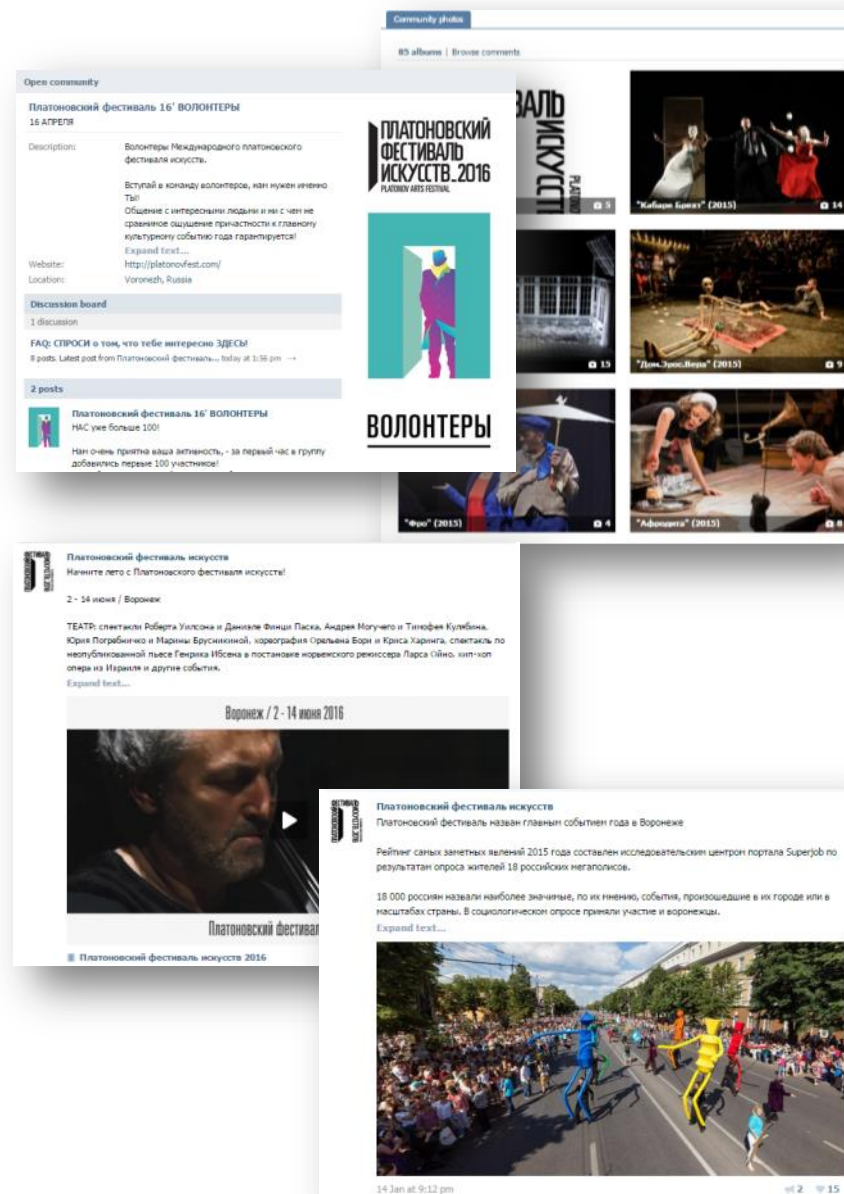
Кейс 1. Платоновский фестиваль искусств

Форматы продвижения:

- Официальные страницы фестиваля
- Отдельные группы, встречи для мероприятий (спектакли, перфомансы, концерты, выставки)
- Приглашения к участию (спонсоры, волонтеры, участники – актеры, художники, музыканты, СМИ, блогеры)
- Конкурсы, розыгрыши
- Интервью с музыкантами, писателями, актерами
- Видеоролики (тизеры, трейлеры)

Я восхищаюсь людьми Воронежа, где присуждается эта премия, где проходит прекрасный Платоновский фестиваль. Мне хочется снять перед ними шляпу. Таких мест в России осталось очень мало, ведь все держится на энтузиазме, на людях, которые каким-то образом продолжают делом выражать свое отношение к культуре, к происходящему, на людях, которые желают добра. Не подберу достойных слов для всех заслуженных комплиментов в их адрес.

Михаил Плетнёв, российский пианист, композитор и дирижёр

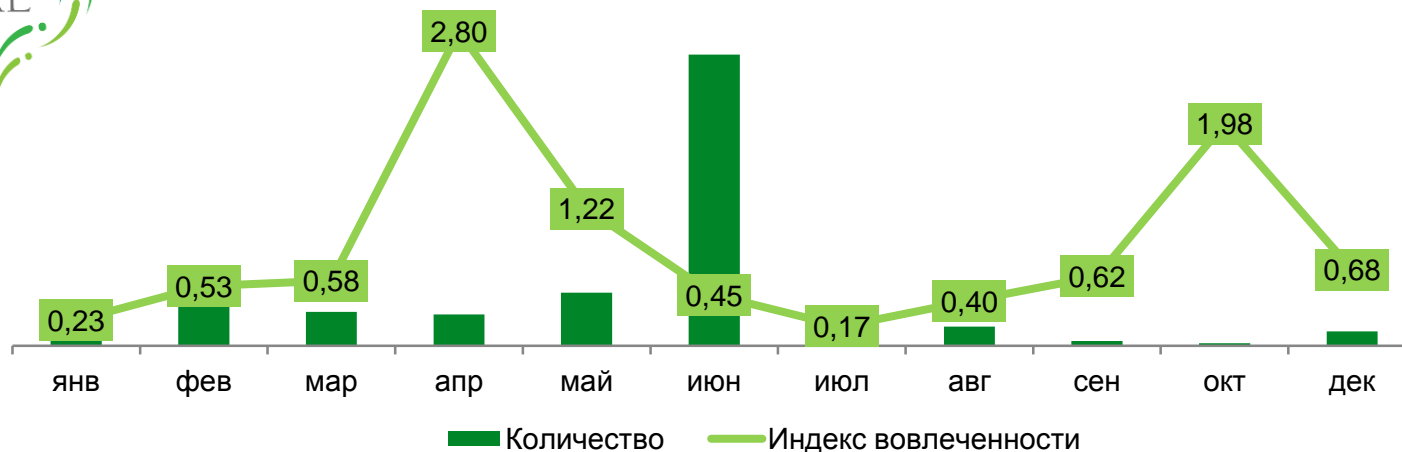


Продвижение города

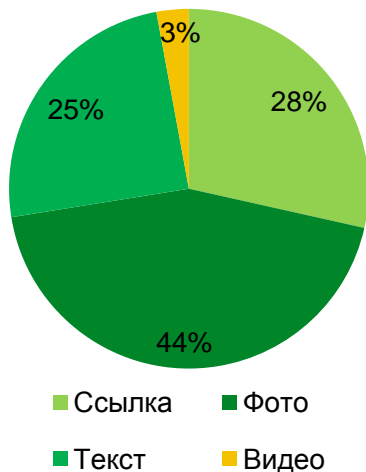
Кейс 1. Платоновский фестиваль искусств



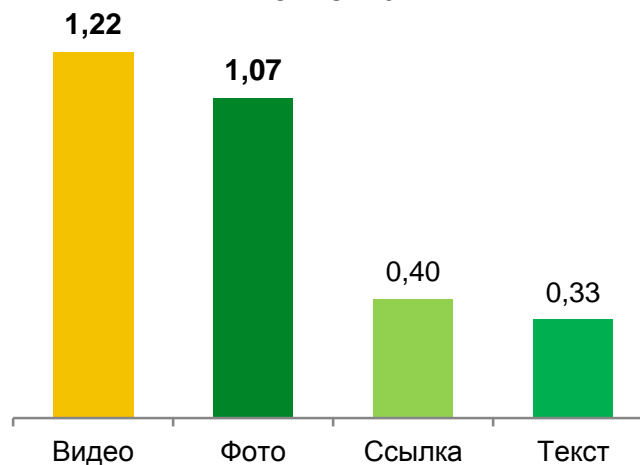
Соотношение постов и индекса вовлеченности



Тип контента



Индекс вовлеченности по типам контента



Продвижение города

Кейс 2. Добрянка



Объект: Добрянка, Пермский край

Субъект: Администрация города Добрянка

Площадка: VK, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram

Key message: Добрянка – столица доброты

Результаты:

- ✓ Считается одним из самых успешных проектов брендинга города
- ✓ Получил абсолютную поддержку населения
- ✓ Фестиваль сладостей привлек внимание федеральных СМИ
- ✓ Фестиваль сладостей победил в конкурсе региональных проектов, а также получил награду за вклад в развитие туризма в регионе.



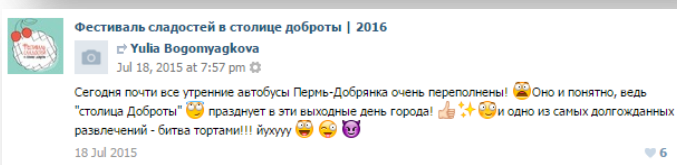
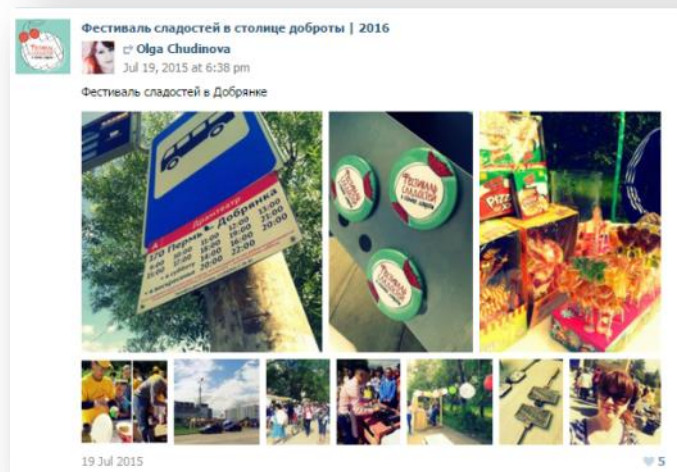
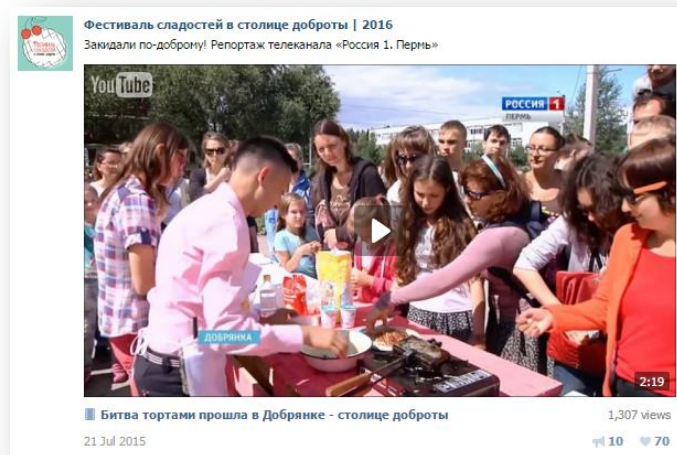
Продвижение города

Кейс 2. Добрянка. Фестиваль сладостей



Форматы продвижения:

- Официальные страницы фестиваля
- Привлечение местных производителей сладостей (через официальную группу)
- Фото/видео потоки
- Публикации/репосты в официальном сообществе пользовательского контента

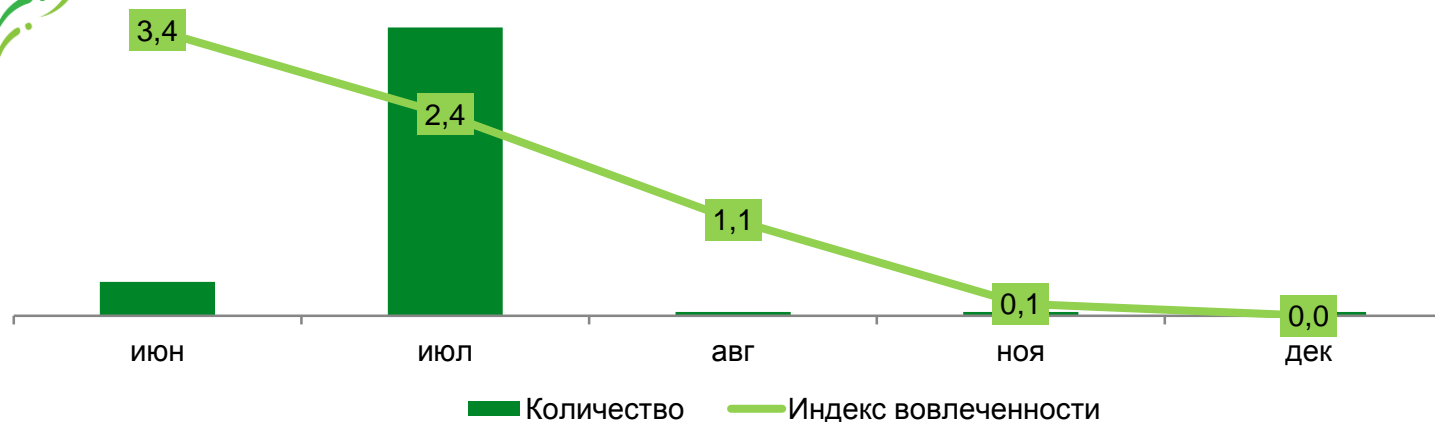


Продвижение города

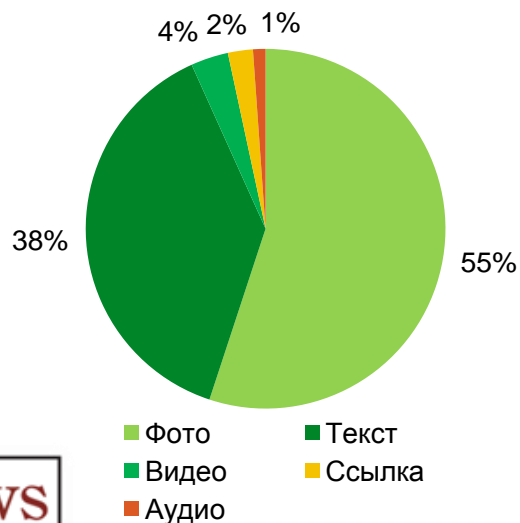
Кейс 2. Добрянка. Фестиваль сладостей



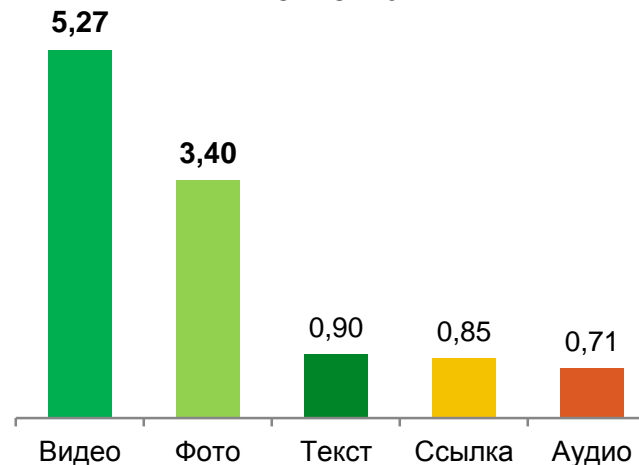
Соотношение постов и индекса вовлеченности



Тип контента



Индекс вовлеченности по типам контента



Продвижение региона

Кейс 3: I*m Siberian

Объект: Сибирский Федеральный округ, Сибирь

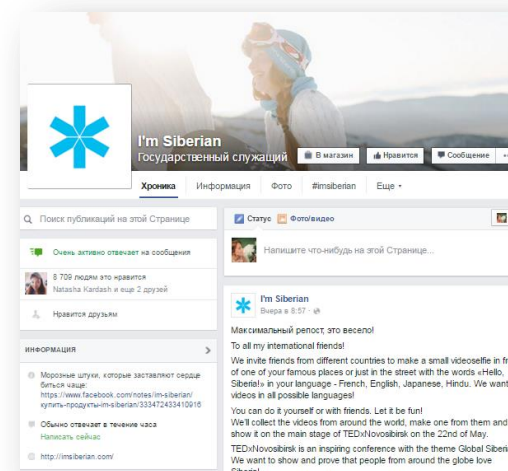
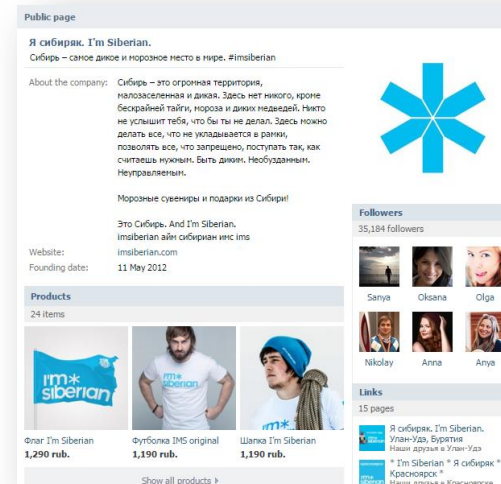
Субъект: Бренд I*m Siberian, сувениры и подарки из Сибири

Площадка: VK, Facebook, Twitter (официальные страницы + региональные представительства бренда)

Key messages: Будь диким, Stay wild

Итоги:

- ✓ Охват аудитории – более 35 тыс. подписчиков на официальной странице в VK, 8 тыс. «нравится» на Facebook
- ✓ 12 магазинов (в том числе в Калининграде(!))
- ✓ 11 всероссийских наград и достижений (за маркетинг, айдентичку, дизайн)
- ✓ Сотрудничество с Burger King, TEDx



Продвижение региона

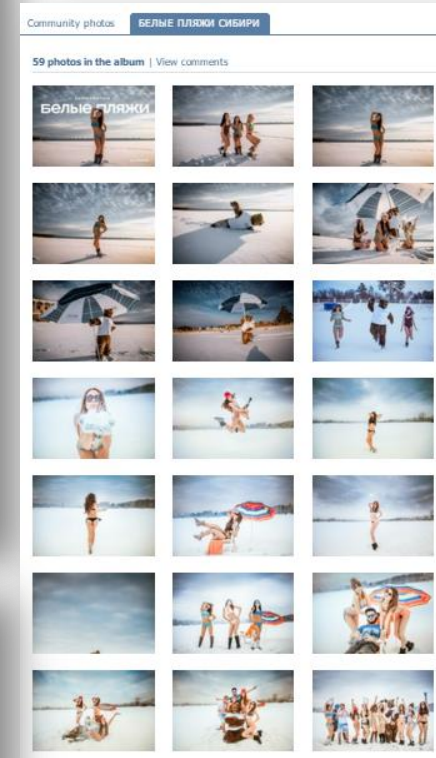
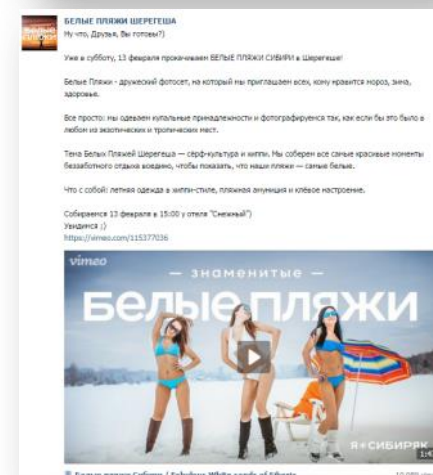
Кейс 3: I*m Siberian. «Белые пляжи Сибири»

Форматы продвижения:

- Анонсы проекта на официальных страницах бренда
- Приглашения к участию (модели для съемок среди подписчиков)
- Фото и видео в группах
- Публикации пользовательского контента – фото, видео поддерживающие бренд

Итоги:

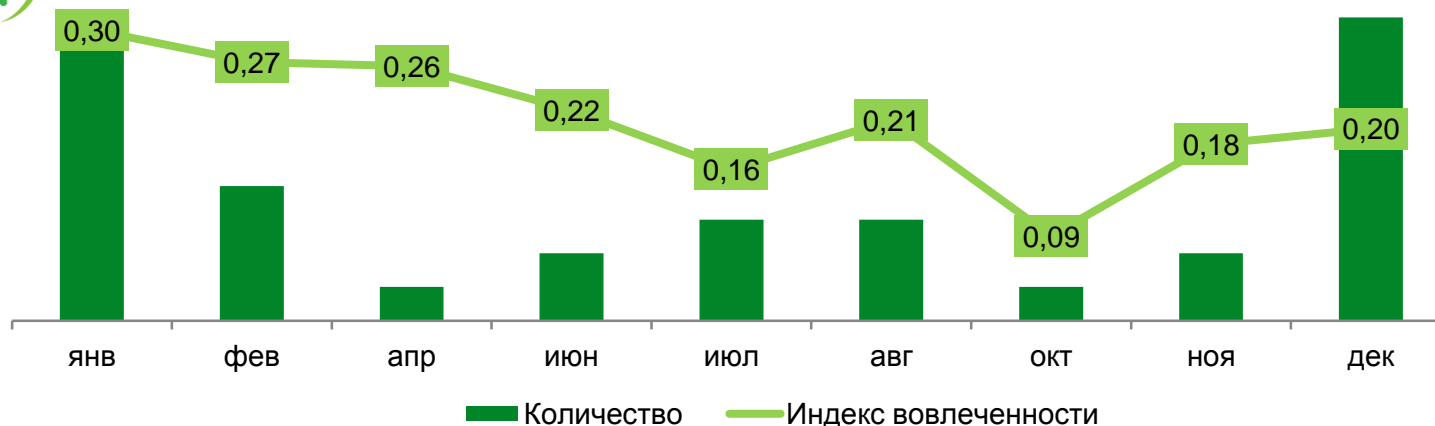
- ✓ Привлекли внимание крупнейших зарубежных СМИ
- ✓ Первый ролик в 2014 году собрал 400 тыс. просмотров (Vimeo)
- ✓ Широкая известность бренда



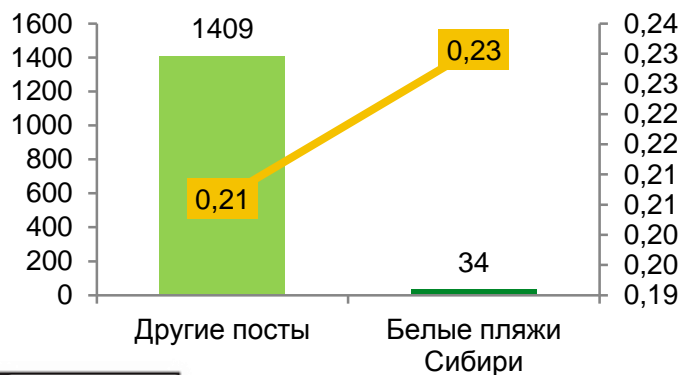
Продвижение региона

Кейс 3: I*m Siberian. «Белые пляжи Сибири»

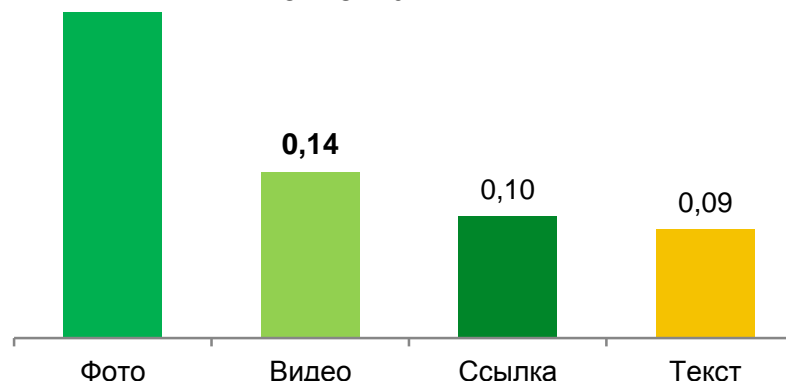
Соотношение постов и индекса вовлеченности



Сравнение вовлеченности Аудитории к обычным постам и к постам фотопроекта



Индекс вовлеченности по типам контента



Продвижение страны

Кейс 4: Перекрёстный год Культуры



Объект: Великобритания

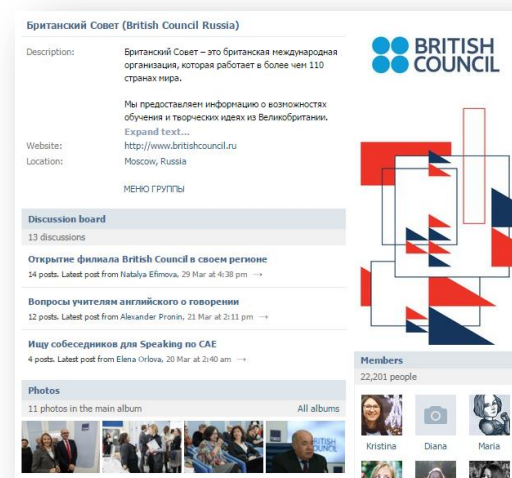
Субъект: Британский совет/British Council

Площадка: VK, Facebook, Instagram

Key messages: Призван полно представить богатое культурное наследие двух стран; Способствует укреплению отношений между людьми, организациями и правительствами.

Итоги:

- ✓ 250 мероприятий в России и Великобритании
- ✓ Широкий охват российских федеральных и региональных СМИ
- ✓ Тысячи участников мероприятий в Москве, Санкт-Петербурге и регионах
- ✓ Партнерство с десятками культурных учреждений



Продвижение страны

Кейс 4: Перекрёстный год Культуры

Форматы продвижения:

- Анонсы на официальных страницах Британского Совета
- Собственные страницы мероприятий
- Розыгрыши билетов за репосты
- Творческие конкурсы
- Фото, видео потоки в группах

Британский Совет (British Council Russia)

Дорогие друзья, нужна ваша помощь!

Мы просим вас принять участие в небольшом онлайн-опросе British Council, который мы проводим ежегодно по всему миру с целью повышения качества обслуживания: <http://bit.ly/1Ahu4Lk>

Если вы когда-либо задавали нам вопрос в соцсетях, приходили на наши мероприятия с целью что-то узнать, звонили или писали нам, расскажите, легко ли было "достучаться", помогли ли вам наши сотрудники?

Большое спасибо! Это исследование поможет нам улучшить нашу работу. А еще мы как всегда разыгрываем призы среди всех, кто принял участие в опросе!



Резна Оксанески
Гастроль Королевского Балета Ковент Гарден!!! Балет "Мачо"!!! Восхитительное исполнение Лорен Катберсон, я в восторге!!! БРАВО!!!
<http://instagram.com/p/spY5bpe2w/> ф Большой театр / Bolshoi Theatre



Британский Совет
Сегодня Международный день учителя! Дорогие учителя, спасибо вам за ваши усилия, терпение, за мудрость и любовь, которую вы ежедневно дарите своим ученикам!

Традиционно к нашему поздравлению добавлен подборку ссылок, где можно найти множество учебных материалов, возможностей для профессионального развития и интересных идей для уроков:

www.teachingenglish.org.uk
www.bscd.britishcouncil.org/teachers
www.britishcouncil.org/schools

— Более 90 семинаров Британского Совета для преподавателей английского - в свободном доступе:
<http://teachingagenda.britishcouncil.org/seminars>



5 окт 2014 в 12:09 | Это слан | Поделиться | Мне нравится 142

Дмитрий
@Dima_Pris

Чит

Был недавно на VII фестивале "Императорские сады России". Понравилось. Цветочных композиций много.... instagram.com/p/pbAVvkhTdv/

Санкт-Петербург, Россия

Записи сообщества Все записи Запись на стене Перейти к гл

Британский Совет (British Council Russia)

1 сентября на платформе Future Learn стартует бесплатный онлайн-курс от Британского Совета "Exploring English: language and culture", который позволит всем желающим улучшить навыки владения английским языком и узнать больше о британской культуре.

Зарегистрироваться уже можно на сайте: <http://goo.gl/u1a1fg>



УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ

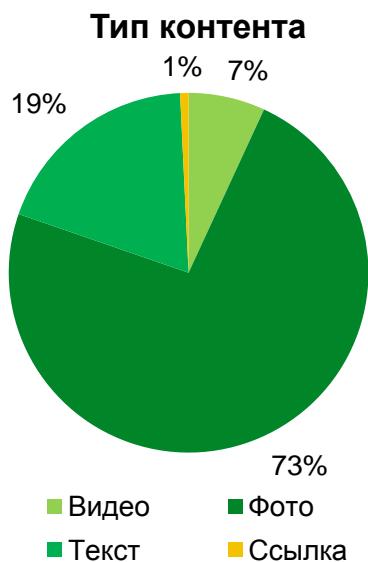
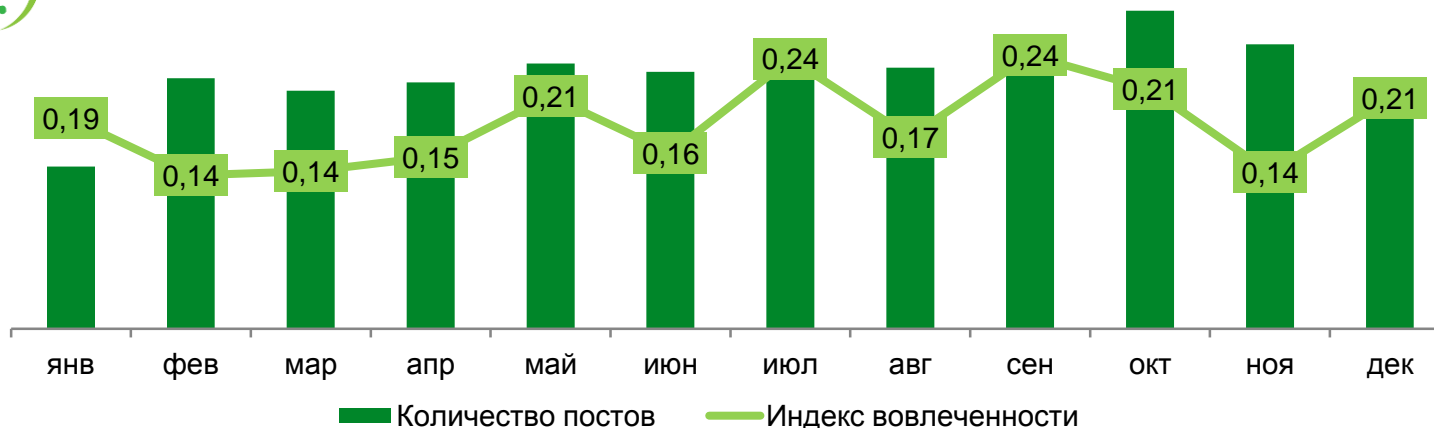
Британский Совет
15 авг 2014 в 14:55 | Это слан | Поделиться | Мне нравится 140

Продвижение страны

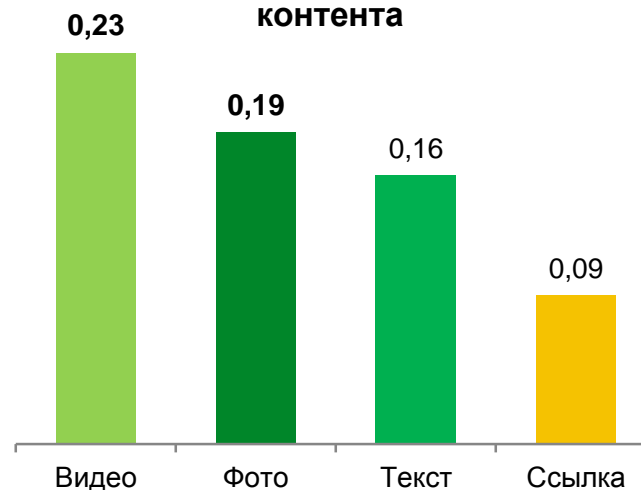
Кейс 4: Перекрёстный год Культуры



Соотношение постов и индекса вовлеченности



Индекс вовлеченности по типам контента



Оценка качества продвижения Event в социальных медиа



Мониторинг официальных страниц мероприятий

Мониторинг упоминаний в социальных медиа

Анализ информационного поля в социальных медиа

- Social Ear
- Social Bakers
- Nippel App
- JagaJam и т.д.

- Wobot
- IQBuzz
- BrandAnalytics
- YouScan
- Brandspotter и т.д.

- ✓ Уровень вовлеченности подписчиков
- ✓ Динамика охвата аудитории
- ✓ Характер обсуждения
- ✓ Широта охвата площадок
- ✓ Вовлеченность «лидеров» мнения

Оценка качества продвижения Event в социальных медиа

Портрет аудитории



Индекс вовлеченности



Поиск агентов влияния



Охват аудитории



SOCIAL
EAR

Контакты для связи



Глазова Лилия
CEO, PR News

e-mail:
lglazova@prnews.ru