



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



ПРОРВАТЬСЯ СКВОЗЬ ШУМ

Как привлечь
всеобщее внимание в сети

9 правил контент-маркетинга



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ ПРОЕКТА МИТИН АРТЁМ АЛЕКСАНДРОВИЧ

- Президент бизнес-клуба «СВОИ ЛЮДИ» с 2016 г. (территория деятельности – Митино и Красногорск)
- Представитель Московской торгово-промышленной палаты в Новой Москве (с марта 2020 г.)
- Вице-Президент Московского Клуба молодых предпринимателей (2012-2016 гг.)
- Депутат Совета депутатов муниципального округа Митино г. Москвы (2012-2017 гг.)
- Предприниматель с 2005 года (оценка имущества, недвижимости, оборудования, бизнеса, ценных бумаг, интеллектуальной собственности).
- Лидер спортивного движения «Здоровый Дух» - организация более сотни спортивных мероприятий различной направленности (2014-2016 гг.)
- Организатор молодёжных организаций при Управе района (Молодёжный Совет) и Совете депутатов (Молодёжная Общественная Палата) – более 100 обученных участников в деятельности организаций (2009 – 2014 гг.)
- Опыт организационной работы различного характера – 22 года.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 1. Лайк, шер, репост

Правило 2. Понимайте науку

Правило 3. Сфокусируйтесь на ценности

Правило 4. Найдите себя

Правило 5. Не прогадайте с заголовком

Правило 6. Поймайте волну

Правило 7. Порвите шаблон

Правило 8. Знайте свои площадки

Правило 9. Сперва тестируйте, потом инвестируйте



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



НИКОМУ ДО ВАС НЕТ ДЕЛА

Это правда. Всем плевать.

Но внимание пользователей можно
привлечь.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Секрет привлечения человеческого внимания:

- Задействование базовых человеческих эмоций
- Управление динамикой интернет-сторителлинга



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



*Самый безотказный способ продажи,
который одновременно является и
самым сложным в достижении –
это сарафанное радио.*

Устные рекомендации измерить сложно.

В интернете это возможно.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 1. Лайк, шер, репост

30 лет назад главным СМИ было телевидение.

Все контролировалось крупными брендами.

Интернет уравнил всех. Каждый получил рупор.

На заре появления YouTube главной проблемой был контент.

Сейчас люди тонут в информации. Реклама пролистывается, все оценивается в секунды.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 1. Лайк, шер, репост

Как прорываться сквозь шум?

Делать то, чем люди сами захотят поделиться друг с другом.

Создавать контент такой ценности, что люди будут просто вынуждены поделиться им с друзьями.



Правило 1. Лайк, шер, репост

ЧЕМ ДЕЛЯТСЯ ЛЮДИ?

1. Музыкальные ролики
2. «Очаровательные малыши»
3. Шок и трепет
4. Пранки
5. Комедийные видео



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 1. Лайк, шер, репост

РАСПРОСТРАНЯЕМЫЙ КОНТЕНТ ДЛЯ БРЕНДОВ

1. Вдохновляющие видео
2. Образовательные видео
3. Добрый самаритянин



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 2. Понимайте науку

ПОЧЕМУ ЛЮДИ ДЕЛАЮТ РЕПОСТЫ?

Потому что они ... эгоисты!

Сам акт разделения альтруистичен.

Но причина действия на 100% эгоистична.

Исследования про «дарителей» и «получателей».



Правило 2. Понимайте науку

5 ЭМОЦИЙ, ВЕДУЩИХ К РЕПОСТАМ

1. Счастье
2. Шок
3. Эмпатия
4. Любопытство
5. Удивление

Гнев и грусть тоже сильные, но не для брендов



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 3. Сфокусируйтесь на ценности

Кому вы одолжите денег на кофе: незнакомцу или тому, кто сделал для вас что-то даже малоценное?



Правило 3. Сфокусируйтесь на ценности

Концепция ценности.

Где черта между рекламой и интернет-ценностью?

Реклама пытается передать сообщение вне зависимости от желания зрителя

Ценностный подход заключается в понимании потребностей аудитории.



Правило 3. Сфокусируйтесь на ценности

Концепция ценности.

Пусть люди захотят посмотреть рекламу.

Отсюда три вопроса:

1. До кого вы хотите достучаться?
2. Что для этой аудитории представляет наибольшую ценность?
3. Каким образом вы донесете ценность до них?

Если найдете ответы, аудитория вас полюбит.



Правило 3. Сфокусируйтесь на ценности

Как заинтересовать рекламой, которую обычно пропускают?

Чтобы вас узнать, компьютерной модели достаточно

- 10 лайков в FB, чтобы превзойти коллег по работе
- 70 лайков в FB, чтобы превзойти соседа по комнате
- 150 лайков в FB, чтобы превзойти родителей и членов семьи
- 300 лайков в FB, чтобы превзойти супруга



Правило 3. Сфокусируйтесь на ценности

- Рейтинг вовлеченности для брендов – 1%.
- Количество просмотров ничего не значит. Пользователь может просто пролистать.

Чтобы потребитель начал взаимодействие с контентом, он должен что-то чувствовать.

Дайте людям повод для улыбки.



Правило 4. Найдите себя

Когда разобрались с понятием ценности, следующий шаг – определение уникального голоса для ее донесения. И путь может быть весьма тернист.

Почему мы любим «звезд»? Потому что каждый из них по своему уникален.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 4. Найдите себя

В доинтернетную эпоху прославиться было трудно.
Только Голливуд мог возвести на пьедестал.
Интернет расколашматил эту парадигму в пух и прах.
Джей Шетти
Ричард Уильямс



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 4. Найдите себя

Бренды должны научиться воспринимать себя как отдельных людей.

У них должно быть своё «я».

Им нужно стать уникальными, легко опознаваемыми, отличимыми друг от друга.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 4. Найдите себя

Коронные фразы должны отображать философию бренда.

Просто сделай это – NIKE

Ты этого достойна – L'Oreal

Мысли иначе - Apple



Правило 4. Найдите себя

Как бренду найти своё «я»?

1. Проведите первичное исследование, чтобы понять кем вы НЕ являетесь
2. Поищите возможности у своих конкурентов
3. Сформулируйте и отточите свое программное заявление
4. Помимо всего прочего, будьте искренни



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 5. Не прогадайте с заголовком

Если у вас нет сногсшибательного заголовка, считайте, что и видео у вас нет.

Если заголовок для вас на последнем месте, то и ваш ролик окажется там же.

Если для привлечения внимания вам требуется больше одного предложения, то забудьте, вас уже пролистали вниз 😊



Правило 5. Не прогадайте с заголовком

Почему работает видео?

Сам факт движения привлекает внимание мозга. Это элементарный животный инстинкт. Это либо угроза, либо еда.

Чтобы удержать внимание более чем на несколько секунд, необходимо одновременно два фактора:

- Концепция ролика должна привлечь внимание
- Зрители сразу должны понять в чем суть



Правило 5. Не прогадайте с заголовком

4-х этапный процесс придумывания заголовка.

1. Добейтесь реакции «А, понятно!»

- Заголовок
- Превью
- Первые секунды ролика

Когда это сочетается с одной из эмоций – счастье, шок, эмпатия, любопытство и удивление, происходит репост.



Правило 5. Не прогадайте с заголовком

2. Мыслите, как журналисты

Как думают журналисты и репортеры? Они хотят получить статью, которую откроет и прочтет максимальное число пользователей.

Человек-паук. Питер Паркер → Питер Паркур



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 5. Не прогадайте с заголовком

3. Сфокусируйтесь на изюминке

Удостоверьтесь что заголовок и содержание не обманет потребителя.



Правило 5. Не прогадайте с заголовком

4. Не держите в себе

Это означает, что надо выдать лучшее за 7 секунд.

Установка парадоксальна, но в интернете все наоборот, в отличие от фильма.

Посыл: «Никуда не уходите, этот ролик стоит вашего времени».



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 6. Поймайте волну

Бренд + тренд.

Найдите идеальный баланс. Ведь чем выше «волна», тем и падать больнее.

Селфи-палка и Pizza-Hut. Смеялись все 😊 и сторонники, и противники.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 6. Поймайте волну

КАК ОПРЕДЕЛИТЬ НУЖНУЮ ВОЛНУ?

Twitter – сердце интернета. Панель «моменты». Хороший инструмент для социальных исследований.

Reddit – нервная система. Наш - ?

BuzzFeed – мозг. Популярные темы в духе традиционной газеты. Если новость там, то ловить уже нечего 😊

Действуйте **БЫСТРО!**



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 6. Поймайте волну

НЕ ПЕТУШИТЕСЬ.

Оставайтесь честным, иначе сметут.

McDonald's – сексизм

KFC – изображение Клаудии вместо Сандерса. (УПС)



Правило 7. Порвите шаблон

В противовес принципу «Поймайте волну», есть и другой «Порвите шаблон».

Нужно взять трендовые темы и вывернуть их наизнанку.

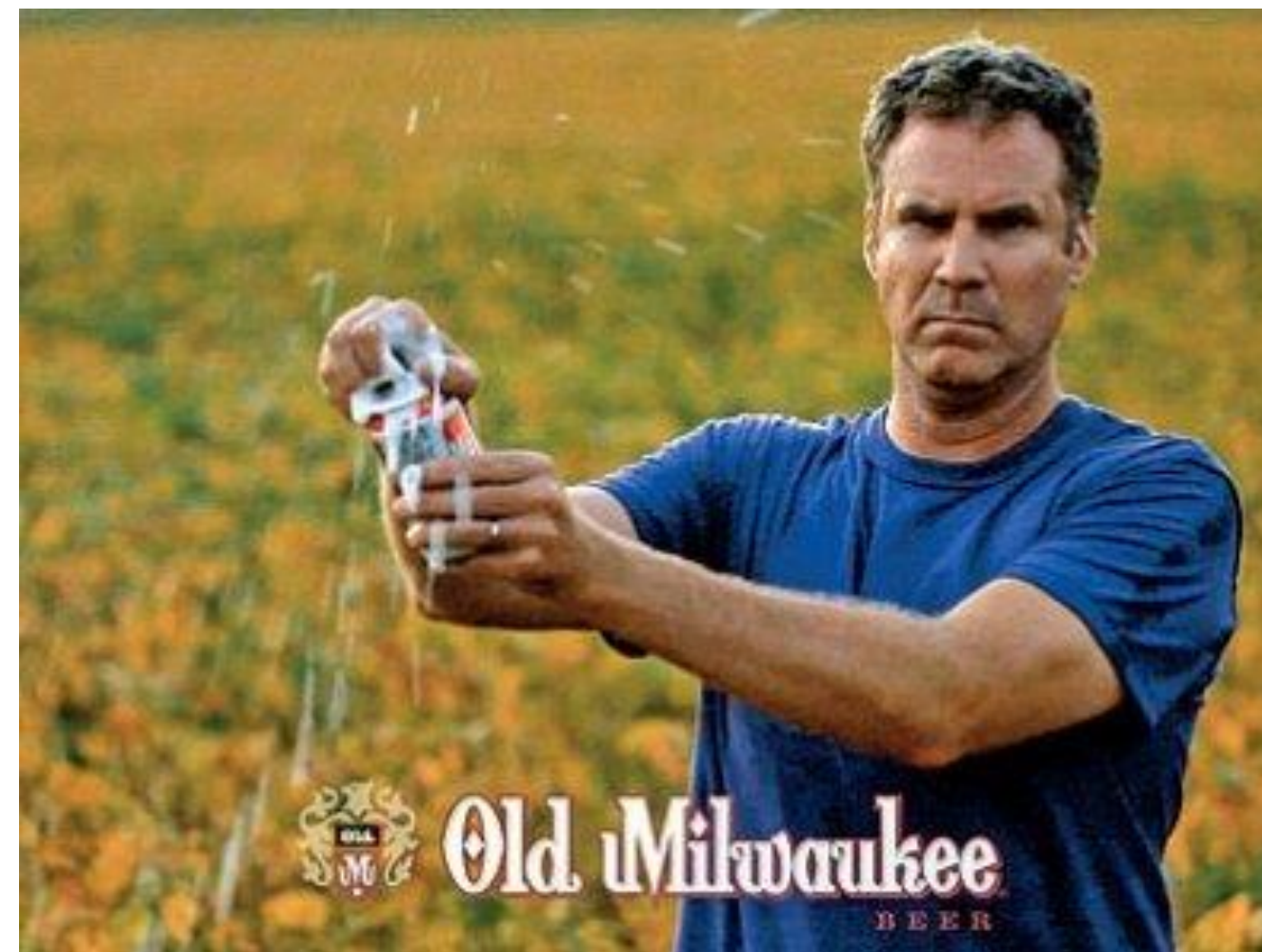
Самые находчивые ищут шаблоны с самого зарождения рекламного бизнеса.

Жук – «Думай о малом»

Правило 7. Порвите шаблон

Суперкубок. 5 млн долл.

Пиво Old Milwaukee в городе Норт-Платт, Небраска (23.000 человек)





МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 7. Порвите шаблон

Создание контрпропаганды.

Противодействие свежим трендам.

Петшейминг. Питомцы стыдят хозяев.



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 7. Порвите шаблон

Привнесите что-то своё.
Морайя Перейра. Певица.





МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 7. Порвите шаблон

Выходите за привычные рамки.

Криштиану Роналду – бродяга.





МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 7. Порвите шаблон

Учтите, что интернет сам может порвать ваш шаблон

Walmart и Кадьяк на Аляске. Pitbull

Подстройка, не сопротивляйтесь 😊



Правило 8. Знайте свои площадки

Учитывайте что у разных площадок свои опции.

По барабану алгоритмы. Учитывайте ИДЕЮ социальных сетей в целом.

1. Соцсети были созданы для пользователей (фокусируйтесь на ценности)
2. Каждая платформа уникальна
3. Один размер подходит не всем



МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА



Правило 8. Знайте свои площадки

Youtube: публичная библиотека

Facebook: городская площадь

Instagram: картинная галерея

Мессенджеры – не уходите, пока не освоили работу с этими
тремя платформами



Правило 9. Сперва тестируйте, потом инвестируйте

Вы усвоили как распространять информацию

Вы сосредоточились на качестве

Научились придумывать заголовки

Оседлали волну

Либо сделали неожиданный ход

Изучили платформы и решили, какие лучше всего подходят

Теперь пора взрывать инфополе



Правило 9. Сперва тестируйте, потом инвестируйте

1. Снимайте немое кино (назад в прошлое)
2. Пожените текст и картинку (повествование от третьего лица)
3. Вся суть в семи секундах



Правило 9. Сперва тестируйте, потом инвестируйте

Тестируем. Раз, два, три...

1. Обратная проверка (вы сами и конкуренты)
2. Проверка контента на реальных людях
3. Проверка аудитории таргетингом



**МОСКОВСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА**



ХОТИТЕ УЧАСТВОВАТЬ?

Пишите на почту svoi@mitino.ru

What's App, Telegram +7 (964) 518-77-21