

Цифровой маркетинг в условиях кризиса: возможности и перспективы

Айта Лузгина, проектный директор
диджитал-агентства «Интерииум» (Группа «Р.И.М.»)



100% онлайн

Новая реальность бросает вызовы: либо ты умер, либо онлайн.

Как было раньше:
**офлайн 80% +
онлайн 20%**

Как будет сейчас:
онлайн 100%

Онлайн-выставки, онлайн-концерты, онлайн-конференции.



100% конкуренция

Конкурировать придется со всем интернетом.



Куда пойти в сети



Мероприятия
онлайн



Места онлайн



Знания онлайн



Кино и сериалы



Полезные
сервисы



Интернет-
магазины



Трансляции



Подкасты



Соревнования

Афиша популярного досугового сайта Kudago.ru: <https://kudago.com/online/online-events/>



Как цифровизировать бизнес?

Что это значит для выставочного бизнеса:

Онлайн-мероприятие должно стать местом максимальной концентрации авторитета и уникальных смыслов.

По формату:

- «Мероприятие» – это платформа с хорошей витриной и функциями социализации
- Выступления в формате вебинаров
- Карточки (страницы) с описанием выступающих
- Чаты и чат-боты для участников
- Онлайн-сертификаты об участии (social approve)



Пример платформы: Simformer

Симформер – платформа для онлайн-мероприятий. Предоставляет готовые бизнес-игры, тренинги, курсы.



Отличительная особенность:

- Геймификация процесса
- Онлайн-мероприятия «под ключ»
- Интеграция в текущие используемые платформы

Разнообразные форматы: обучение, профориентация, проверка компетенций, бизнес-симуляции, турниры по менеджменту, деловые игры и т.д.

Уже используют:



План действий

1. Проводим полный аудит всего, что делали в вебе раньше (желательно со специалистом)
2. Перераспределяем бюджеты
3. Каналы продвижения важны как никогда, ищем дешевые и эффективные, активно тестируем со специалистами
4. Выбираем технически оптимальные платформы с пониманием, что это надолго
5. Используйте возможности платформ на 100%, обязательно обращайтесь внимание на то, что раньше игнорировали (особенно, если оно дает «вау-эффект»)
6. Активно выстраиваем сообщество





Каналы продвижения

Работающие направления:

- Подключите систему мониторинга (или обратитесь в агентство), чтобы понять, где вас обсуждают, работайте там
- Соцсети (корпоративные, личные, чужие)
- Таргетированная реклама (контекст только при экономической целесообразности)
- Блогеры (не обязательно много подписчиков, работайте с активными)
- Онлайн-спецпроекты со СМИ (отраслевыми и не только)



Выделяйтесь

В 100%
конкуренции
нужно выглядеть
на 101% чтобы тебя
заметили и
поверили тебе.

Выделяйтесь

Используйте все доступные диджитал-фишки:

- Элементы геймификации (бейджи, ачивки, игровые механики)
- Активации (конкурсы, викторины, любой интерактив)
- Технические фишки (видео 360 градусов в Facebook, wiki-приложения Вконтакте, маски в Instagram и т.д. – такое есть на каждой платформе)
- Ретаргетинг (ловим тех, кто от вас ушел, напоминаем о себе, возвращаем аудиторию – в интернете она легко переключается на другое)
- Оформление (логотип, название, цвета, шрифты, брендбук, гайдлайны, веб, соцмедиа – обложки, темплейты, другие материалы), по нему пользователь составляет о вас впечатление, обязательный «гигиенический фактор», вложите в него один раз, чтобы дальше не жалеть и облегчить работу по всем остальным пунктам



Создание коммюнити

Ваш долгосрочный фундамент: поможет поддерживать интерес к мероприятию в межсезонье, станет источником рекрутирования участников, спонсоров, спикеров, экспонентов.

Накопительный эффект обязательно даст о себе знать.

Следите за активными участниками, найдите их в лицо, общайтесь с ними в личке, поддерживайте с ними связь имейл-рассылками и ретаргетингом.

Активируйте их в нужные моменты:

- Используйте как инструмент продвижения (репост, расскажи другу)
- Сбор обратной связи (после мероприятия, перед мероприятием, во время)

Поддержание сообщества требует усилий – это должно быть выгодно участникам, надо подкидывать им что-то полезное (подтверждение статуса, новые знания, уникальные возможности).





КЕЙСЫ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ
ОФЛАЙН-
МЕРОПРИЯТИЙ



ЯРМАРКА ВАКАНСИЙ HH.RU

HH.Ru перевели привычный формат «ярмарок вакансий» в онлайн.

Основные характеристики:

- Работа через цифровых менеджеров, а не через BTL. Теперь решения о выделении бюджета принимали менеджеры по маркетингу, digital-менеджеры, даже SMM-менеджеры (в зависимости от внутренней структуры компании).
- HH.ru выделял лендинговую страницу на поддомене (по принципу партнерских спецпроектов в медиа-индустрии), проводил рекламные кампании на основном ресурсе (приводил трафик), давал платформу для заведения карточек (профилей) экспонентов, подключал профили вакансий, давал платформу для онлайн-общения.
- Менеджерам не нужно было никуда ехать, нужно было быть просто максимально включенным в ярмарку на протяжении мероприятия.

По сути, на несколько дней компания собирала полностью работающий онлайн-сервис по трудоустройству в выбранной индустрии и в выбранном регионе.

Зарабатывая на экспонентах.

19-20 ноября Ярмарка вакансий онлайн Новосибирск

- перспективные вакансии;
- крупные работодатели;
- онлайн-собеседования;
- бесплатное участие.

Регистрируйтесь на сайте: www.expo.hh.ru

Все на Ярмарку!

Ярмарка вакансий 
онлайн

BALTIC WEEKEND

ЗАДАЧИ

- Создание удобного помощника для гостей форума Baltic Weekend в Telegram

РЕШЕНИЕ

- Бот-ведущий в мессенджере Telegram, который отвечал на вопросы по программе и спикерам. Были созданы разделы «Программа», «Спикеры», «Чат» и «FAQ»
- С помощью специальных разделов Бота можно было выбрать ресторан (раздел «Еда-вино»), вызвать такси, а также узнать координаты организаторов Форума

РЕЗУЛЬТАТ, КРІ

- У @MATRYOSHABOT **268** подписчиков
- Добавлено **250** фотографий с Форума
- За два дня мероприятия было получено **4 000+** сообщений и отправлено **130 000+** ответов



Спасибо за ВНИМАНИЕ

Айта Лузгина, проектный директор
диджитал-агентства Интериум (группа «Р.И.М.»)